



Ministerio de Cultura y Educación  
Universidad Nacional de San Luis  
Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales  
Departamento: Ciencias Sociales  
Area: Investigación y Comunicación

(Programa del año 2024)  
(Programa en trámite de aprobación)  
(Presentado el 22/05/2024 16:24:59)

### I - Oferta Académica

| Materia                           | Carrera               | Plan                    | Año  | Período         |
|-----------------------------------|-----------------------|-------------------------|------|-----------------|
| ( ) Optativa: Comunicación Social | INGENIERÍA AGRONÓMICA | OCD<br>N°<br>1/202<br>4 | 2024 | 1° cuatrimestre |

### II - Equipo Docente

| Docente | Función | Cargo | Dedicación |
|---------|---------|-------|------------|
|---------|---------|-------|------------|

### III - Características del Curso

| Credito Horario Semanal |          |                   |                                       |       |
|-------------------------|----------|-------------------|---------------------------------------|-------|
| Teórico/Práctico        | Teóricas | Prácticas de Aula | Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc. | Total |
| 4 Hs                    | Hs       | Hs                | Hs                                    | 4 Hs  |

| Tipificación                     | Periodo         |
|----------------------------------|-----------------|
| C - Teoría con prácticas de aula | 1° Cuatrimestre |

| Duración   |            |                     |                   |
|------------|------------|---------------------|-------------------|
| Desde      | Hasta      | Cantidad de Semanas | Cantidad de Horas |
| 11/03/2024 | 21/06/2024 | 15                  | 60                |

### IV - Fundamentación

El propósito fundamental de la asignatura es reflexionar acerca de la importancia de la comunicación interpersonal y social en la práctica profesional. Se espera que la/el profesional cuente con herramientas para analizar críticamente las situaciones comunicativas que se manifiestan en la realidad social y pueda actuar en ella con fundamentos conceptuales y metodológicos. Se parte de considerar a la realidad como una construcción social, y a los medios de comunicación como aparatos ideológicos reproductores y legitimadores de los discursos circulantes.

### V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

La intención de la presente propuesta es que al finalizar el curso las/os estudiantes sean capaces de:

- Asumir una actitud crítica frente a los problemas y temas de la comunicación interpersonal, y de la comunicación masiva.
- Utilizar las metodologías específicas para el diagnóstico, pronóstico y operación comunicativa sobre los espacios sociales.
- Analizar críticamente los mensajes que se envían a través de los medios convencionales y no convencionales (redes sociales y/o plataformas digitales), y a través de los hechos concretos.

### VI - Contenidos

**UNIDAD 1: COMUNICACIÓN INTERPERSONAL Características y problemáticas**

1) Competencia comunicativa

a)Componentes del acto de la comunicación

- Codificación e intencionalidad
- Decodificación
- Canal
- Contexto

2)Funciones

3)Comunicación no verbal

UNIDAD 2: SUJETO, COMUNICACION Y CULTURA. Teorías y modelos de la Comunicación Social

1)Comunicación social

- a)Historia
- b)Modelos

2)Principales paradigmas en el análisis de la comunicación de masas

- a)Teoría Hipodérmica
- b)Corriente empírico-experimental
- c)La teoría funcionalista
- d)La teoría crítica
- e) El estudio de los efectos a largo plazo

UNIDAD 3: COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

1)Comunicación institucional

2)Recursos y técnicas para la comunicación social

- a)Folletos, Carteles y afiches
- b)Herramientas audiovisuales
- c)Redes sociales. Uso de algoritmos

UNIDAD 4: PUBLICIDAD Y PROPAGANDA. Su papel en la construcción de sentidos.

1)Historia, definición y objetivos.

2)El discurso publicitario

3)La propaganda política

UNIDAD 5: LOS MEDIOS MASIVOS Y LA CONSTRUCCION SOCIAL DE LA HEGEMONIA

1)Hegemonía cultural

2)Los aparatos ideológicos del Estado

3)La construcción social de la noticia

4)Análisis del discurso ideológico

## VII - Plan de Trabajos Prácticos

Todas las clases tienen modalidad teórico práctica, no obstante, se realizará un trabajo práctico obligatorio no evaluativo correspondiente a cada unidad, donde se pongan en juego los conocimientos teóricos incorporados. Los prácticos obligatorios varían año a año, y en su mayoría tienen que ver con la situación social y política del país, la provincia y la ciudad y su abordaje por los medios de comunicación. Se utilizan películas, medios de prensa escrita, elaboraciones grupales, trabajos domiciliarios de análisis de los medios con su posterior debate en clase, diseño de campañas de comunicación, etc.

## VIII - Regimen de Aprobación

1-Se considerará ALUMNO PROMOCIONAL

Al alumno que cumpla con los siguientes requisitos:

- a- Asistencia al 100% de los trabajos prácticos de cada unidad
- b- Aprobación de las dos evaluaciones parciales y de la evaluación final integradora con una nota no inferior a 7.
- c- Elaboración y defensa de una Evaluación final integradora en el cual se pongan en juego los conocimientos adquiridos durante la asignatura. La misma se realizará bajo la guía y supervisión del equipo docente.

2-Se considerará ALUMNO REGULAR:

Al alumno que cumpla con los siguientes requisitos:

- a- Asistencia al 100% de los trabajos prácticos de cada unidad
- d- Aprobación de las dos evaluaciones parciales previstas con una nota no inferior a 4 (con opción a recuperatorios)

Régimen de alumnos libres

## IX - Bibliografía Básica

- [1] ALSINA, M. R.: La construcción de la noticia. Ed. Paidós Comunicación. Barcelona. 1993 (Disponible en <https://perio.unlp.edu.ar/radio1/linkprincipal/bibliografia/bibliografiaenlweb/miguelrodrigoalsina.doc>)
- [2] ANDER EGG, E.: Las técnicas de comunicación al servicio del trabajo social. Ed. Humanitas. España. 1985 (Biblioteca 2 ej.)
- [3] ANDER EGG, E.: Periodismo popular. Ed. Humanitas. Buenos Aires. 1987(Biblioteca 2 ej.)
- [4] ANDRADA, Ana: Comunicación Social. Editorial Brujas. Córdoba. 2000 (Biblioteca 5 ej.)
- [5] ANDRADA, A y BONETTO, G: Un fenómeno Social llamado publicidad. Editorial Brujas. Cba. 2000 (Biblioteca 23 ej.)
- [6] DOMENACH, Jean Marie La propaganda política. EUDEBA Bs. As. 1968 (Biblioteca de la cátedra. Claroline. Disponible en [https://www.archivochile.com/carril\\_c/cc2013/cc\\_2013\\_00008.pdf](https://www.archivochile.com/carril_c/cc2013/cc_2013_00008.pdf))
- [7] ESTEINOU MADRID, J: Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía. Ed. Nueva Imagen. México.1983. (Biblioteca de la Cátedra)
- [8] KAPLUN, Mario. El comunicador Popular. Ed. Lumen-Humanitas. 1996
- [9] RICCI BITTI, P y ZANI, B: La Comunicación como proceso social. Ed. Grijalbo. México. 1990 (Biblioteca de la cátedra)
- [10] SALAZAR, J.M. y otros: Psicología Social. Ed. Trillas. México. 1979 (Biblioteca 4 ej.)
- [11] VAN DIJK, T.: Análisis del discurso ideológico. Revista Versión. UNAM. Octubre 1986 (Disponible en <http://segundaslenguaseinmigracion.com/L2ycomptext/Anlisisideolgico.pdf> )
- [12] WATZLAWICK, Paul; BEAVIN BAVELAS, Janet; JACKSON, Don D.: Teoría de la comunicación humana: interacciones, patologías y paradojas. Herder. Madrid 1981
- [13] WOLF, M.: La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas. Paidós. México. 1991. (Biblioteca 2 ej.)

## X - Bibliografía Complementaria

- [1] ARIAS, L “El Diario de San Luis. Una lectura desde Bourdieu”. Kairos. Revista de Temas Sociales. [www.fices.unsl.edu.ar/kairos](http://www.fices.unsl.edu.ar/kairos) Año 4 N° 5 1 semestre 2000. U.N.S.L.
- [2] AUTORES VARIOS: Psicología Social. Ed. Plaza & Janés. Barcelona. 1990. (Biblioteca de la Cátedra)
- [3] CHOMSKY, Noam: El control de los medios de comunicación. (Disponible en [www.cgt.es/biblioteca](http://www.cgt.es/biblioteca))
- [4] GARCÍA CANCLINI, N.: Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. Ed. Grijalbo. México. 1995. (Biblioteca de la Cátedra)
- [5] LANDI, O.: Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente. Que hace la gente con la televisión. Ed. Planeta. Buenos Aires 1992. (Biblioteca de la Cátedra)
- [6] MARAFIOTI, R.: Los significantes del consumo. Semiología, medios masivos y publicidad. Ed. Biblos. Bs. As. 1995 (Biblioteca de la Cátedra)
- [7] MARTÍN-BARBERO, J.: De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Ed. G.Gilli Mass Media.México. 1993.(Biblioteca de la cátedra)
- [8] PRIETO CASTILLO, Daniel: El juego del discurso. Manual de análisis de estrategias discursivas. Ed. Lumen Humanitas. Buenos Aires. 1999. (Biblioteca de la Cátedra)
- [9] VACCHIERI, A (comp.): El medio es la TV. Ed. La Marca. Buenos Aires. 1992. (Biblioteca de la Cátedra)

## XI - Resumen de Objetivos

El propósito fundamental de la asignatura es reflexionar acerca de la importancia de la comunicación social en la práctica del Profesional Universitario. Se espera que el futuro graduado se posicione como un actor social analizador y crítico de las situaciones comunicativas que se manifiestan en la realidad social y pueda actuar en ella con fundamentos conceptuales y metodológicos

## XII - Resumen del Programa

El Programa de la asignatura aborda el proceso de la comunicación: competencias, codificación, decodificación, funciones, comunicación no verbal.

Luego describe los conceptos fundamentales de la Comunicación Social y los Medios masivos de comunicación, poniendo el acento en el análisis crítico de los medios, deteniéndose en su función ideológica.  
Aborda la importancia de la Comunicación Institucional y analiza la importancia de las redes sociales y el uso de algoritmos.  
Realiza una descripción de la génesis y objetivos de la Publicidad y la Propaganda.  
Finalmente se detiene en el análisis de la función ideológica de los medios de comunicación social.

### **XIII - Imprevistos**

El material de la Asignatura se encuentra en su totalidad en el Aula virtual CLASSROOM  
La comunicación vía email es a través de la dirección [comsocfacejys@gmail.com](mailto:comsocfacejys@gmail.com)

### **XIV - Otros**

|  |
|--|
|  |
|--|

| <b>ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA</b> |                             |
|--|-----------------------------|
|  | <b>Profesor Responsable</b> |
| Firma:   |                             |
| Aclaración:                                    |                             |
| Fecha:   |                             |