

LICENCIATURA EN PERIODISMO CONTENIDOS MÍNIMOS

PRIMER AÑO

Teoría de la Comunicación

El proceso de la comunicación humana y social. Escuelas y teorías de la comunicación social. El contexto histórico-social del funcionalismo. El estudio de los efectos a corto y largo plazo. Los usos y las gratificaciones. Teoría crítica. Industria cultural y cultura de masas. Los estudios culturales. Perspectivas actuales sobre la comunicación, el individuo y la sociedad. Aplicaciones al campo de estudios de la Publicidad, el Periodismo y las Relaciones Públicas.

Medios de Comunicación

El desarrollo histórico de los medios de comunicación social y su influencia en la sociedad y la cultura. Desde las primeras manifestaciones comunicativas hasta la aparición y extensión de los medios masivos: prensa, cine, radio y televisión. Funciones de los medios de comunicación social. Apreciación de las características distintivas del lenguaje de cada medio. Aportes latinoamericanos. Nuevo orden mundial de la comunicación. Comunicación y mediación.

Taller de Redacción

La redacción como un proceso cognitivo y comunicativo. Factores que intervienen en la elaboración de textos: individuales y sociales/culturales. Modelos de producción escrita. Concepto de competencia comunicativa. Profundización en normativa y reglas de correcta escritura. Estructura y tipología de textos. Aplicaciones al campo de estudios de la Publicidad, el Periodismo, las Relaciones Públicas.

Psicología

Personalidad. Conducta. Principales escuelas e investigadores en psicología: conductismo, psicoanálisis, gestalt, estructuralismo, motivacionismo. Procesamiento de la información: percepción, atención, memoria. Psicología de la imagen y del color. Aprendizaje, cognición y lenguaje. Inteligencia. Creatividad. Comunicación. Persuasión. Necesidades y deseos. Psicología del receptor.

Sociología

Orígenes de la sociología. Su inclusión como ciencia integrante de la comunicación social. Delimitación del campo de lo social. Instituciones sociales. Lo público y lo privado. Estratificación social. Clase, género,



Sede Pilar: Champagnat 1599 · Prov. de Bs. As.



Sede Centro: Tucumán 1845 · CABA · Argentina



(54-11) 3754-7970



fcseyc@usal.edu.ar



bit.ly/fcseyc-usal



@fcsec_usal



www.usal.edu.ar/fcseyc

identidad. Movilidad social. Poder y control. Sociología de lo cotidiano. La moda y los consumos culturales. Nuevos paradigmas sobre el individuo y la sociedad. Sociología de la comunicación.

Historia Contemporánea

Primera y Segunda Guerra Mundial. Guerra Fría. La caída del muro de Berlín. Impacto de la globalización. Grandes acontecimientos del siglo XXI. Conflictos en Medio Oriente. El resurgimiento de Asia. Terrorismo. Repercusiones en Latinoamérica y la Argentina.

Artes Comparadas

Introducción a las Artes: pintura, escultura, música, literatura, arquitectura. El hecho artístico. Crítica y estética. Análisis comparativo de períodos y movimientos: Romanticismo, Impresionismo, Expresionismo y Cubismo. Surrealismo. Dadaísmo. Neorrealismo. Arte abstracto y concreto. Pop Art. Vanguardias. Instalaciones. Arte y nuevas tecnologías. Arte de fin de siglo. Influencia de las artes en el campo de la comunicación social.

Filosofía

Origen de la filosofía. Los principales interrogantes de la historia de la filosofía. Referentes del pensamiento filosófico de la Antigüedad, la Edad media y la Modernidad. El sentido último de la realidad, de la verdad y del hombre. Metafísica. Axiología. Ética. Relaciones del pensamiento filosófico contemporáneo con la Comunicación Social y sus campos profesionales.

Introducción al Periodismo

Definición de Periodismo. Su inserción en el campo de las comunicaciones sociales. Rutina periodística. Los canales noticiosos. Organización y distribución del material periodístico. Actualidad. Acontecimiento. Criterios de selección y valoración. Fuentes periodísticas. Introducción a las Géneros y formas periodísticas. Principales líneas de estudio sobre la comunicación. Objetividad, persuasión y manipulación periodística

Taller de Periodismo Informativo

Estilo y retórica periodística: la "verosimilitud". Género informativo. El texto periodístico. Coherencia y cohesión. El estilo informativo. Normas de redacción periodísticas. Agenda. Sumario. Formas del género informativo: noticia, crónica informativa y entrevista. Estructuras periodísticas o pirámides. Titulación.

SEGUNDO AÑO

Nuevos Medios

De la televisión a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. La convergencia tecnológica: audiovisual, telecomunicaciones, informática. Internet y dispositivos móviles. La televisión digital. Marcos



Sede Pilar: Champagnat 1599 · Prov. de Bs. As.



Sede Centro: Tucumán 1845 · CABA · Argentina



(54-11) 3754-7970



fcseyc@usal.edu.ar



bit.ly/fcseyc-usal



@fcsec_usal



www.usal.edu.ar/fcseyc

normativos. El papel de la comunicación en la globalización. Homogeneización, heterogeneización y fragmentación cultural. Revisión crítica de los postulados de la Sociedad de la Información. Medios emergentes.

Opinión Pública

Estudio del marco teórico e histórico que define la noción de opinión pública. Evolución de las técnicas persuasivas que contribuyen a su formación. Relaciones entre opinión pública, medios de comunicación y propaganda. Investigación cuantitativa de la opinión pública. Análisis del impacto de sondeos de opinión sobre la vida política, social y económica.

Economía

Introducción a los elementos fundamentales de la ciencia económica. Tipos de bienes. Factores de producción. Síntesis histórica de las principales teorías económicas. Oferta, demanda y mercado. Costos. Capital humano. Dinero, crédito y bancos. El papel del estado en la economía. Sistema tributario. Balance de pagos. Macroeconomía. Los medios de comunicación como empresas.

Estadística

Introducción al pensamiento estadístico y sus herramientas de aplicación profesional. Universo, muestra, variables, índices e indicadores. Estadística descriptiva e inferencial. Datos, tablas y gráficos. Planillas de cálculo. Teoría de la probabilidad. Muestreo. Empleo de fuentes estadísticas en estudios de opinión pública, marketing, información periodística y corporativa.

Narrativa Audiovisual

Retórica de la imagen. Estética cinematográfica. Construcción y lectura del lenguaje audiovisual: Plano. Secuencia. Toma. Tiempos. Encuadres. Grandes movimientos y estilos cinematográficos. Géneros televisivos y cinematográficos. Montaje y edición.

Psicología Social

Personalidad, sociedad y cultura. Enfoques para la comprensión del comportamiento social. Socialización, enculturación e interacción. Estrategias de formación y cambio de actitudes. Dinámica de grupos. Dinámica del liderazgo. Estereotipos. Psicodinámica interaccional grupal y/o ambiental y su relación con distintas aplicaciones en el ámbito laboral.

Semiótica y Lingüística

La teoría del signo desde sus orígenes: Saussure, Peirce, San Agustín y Platón. Semiótica y semiología. Los enfoques de inspiración saussuriana y peirciana. Umberto Eco y la función semiótica. El problema del referente. El contrato de lectura y de marca. Sus aplicaciones al discurso periodístico, publicitario y de las relaciones públicas. Semiótica de los medios y de la cultura. Introducción al Análisis del Discurso.



Sede Pilar: Champagnat 1599 · Prov. de Bs. As.



Sede Centro: Tucumán 1845 · CABA · Argentina



(54-11) 3754-7970



fcseyc@usal.edu.ar



bit.ly/fcseyc-usal



@fcsec_usal



www.usal.edu.ar/fcseyc

Teología

Nociones básicas de la doctrina católica y las consecuencias prácticas de las verdades especulativas. Razón, Fe y Revelación. Dios Uno y Trino. Fundamentos de la teología de la comunicación. Misión de los medios en diálogo y solidaridad con la humanidad. Mariología. Gracia Divina. La comunicación como reto de la persona humana en Cristo. El papel del comunicador cristiano en la sociedad contemporánea.

Diseño periodístico

El diseño como recurso periodístico. Criterios para la presentación del material impreso. Valor comunicacional de las tipologías: revista, diario y libro. Elementos visuales y su complemento con el texto: color, tipografía, ilustración, infografía y fotografía. La nueva mentalidad gráfica. Introducción al uso de programas de diseño por computadora.

Teoría y práctica de los géneros periodísticos

El periodismo como método de interpretación social. Estructura de los textos argumentativos. Estrategias. El contexto de la información interpretada. El género interpretativo: crónica interpretativa y nota. El género de opinión: editorial, columna, comentario, artículo y crítica.

Inglés Nivel I

TERCER AÑO

Edición periodística

Roles y organización de una redacción periodística. El editor periodístico. Perfil, funciones y responsabilidades. Instrumentos. Valoración y procesamiento del material según el carácter del producto. Las perspectivas teóricas para la selección periodística. Del Nuevo Periodismo a la Crónica Latinoamericana. Evaluación y comparación de los trabajos de edición en diarios, revistas, suplementos, páginas de Internet y otros formatos periodísticos.

Taller de Oratoria

Características del mensaje oral. Las barreras en la comunicación. El orador, el discurso y el auditorio. El temor oratorio. La escucha activa. Preparación de presentaciones exitosas. El manejo de la voz, cualidades y características. Elementos de la comunicación no verbal: la ropa y el lenguaje de los gestos. Tipos de discursos y formas oratorias. Uso de apoyos visuales. El discurso expositivo y argumentativo.



Sede Pilar: Champagnat 1599 · Prov. de Bs. As.



Sede Centro: Tucumán 1845 · CABA · Argentina



(54-11) 3754-7970



fcseyc@usal.edu.ar



bit.ly/fcseyc-usal



[@fcsec_usal](https://www.instagram.com/fcsec_usal)



www.usal.edu.ar/fcseyc

Periodismo Multimedia

Técnicas específicas para la producción y edición de contenidos periodísticos en línea. Géneros Periodísticos digitales y redacción para medios on line. La nueva pirámide invertida: la unidad narrativa multimedia. Tendencias de la escritura periodística para la web y la forma en que se consume el contenido por los usuarios. Arquitectura de la información: texto, audio, vídeo, fotografías, galerías, gráficos, animaciones y referencias. Manejo de fuentes en Internet.

Análisis del Discurso Periodístico

Noción de discurso. Objeto del Análisis del Discurso (AD). La escuela francesa y la teoría de la enunciación. El análisis del discurso de los medios. El Análisis Crítico del Discurso (ACD). Objeto, funciones y desarrollo del ACD. Sociedad, discurso y poder. Estrategias discursivas del control. Racismo, discurso, e inmigración. Discurso y desigualdades de género, clase, orientación sexual. Casos de estudio. Estereotipos y estrategias de dominación. El ACD como metodología de investigación.

Producción Radial

Características del mensaje radiofónico. La noticia en la radio. Roles, géneros y formatos radiales. La producción. Tipos de emisión. Planificación y gestación de programas. Tipos de programación. Radios públicas, privadas, de alta y baja potencia. La participación de la audiencia. La música y la realización artística. La radio en internet: la ciber radio: modalidades de la interactividad. Las redes sociales y la web 2.0: podcast, blogs, audio blogs, web de audio.

Producción audiovisual

Producción. Etapas. Guión. Estructura de producción y roles. Puesta en escena. Dirección de arte. Fotografía. Sonido. Desglose y plan de rodaje. Grabación. Edición. Distribución y difusión del material producido. Formatos actuales en televisión e Internet. Aplicación al campo de estudio.

Materia Electiva I

Espacio curricular a partir del cual el alumno tiene la oportunidad de sumar al desarrollo académico aquellas temáticas y conocimientos que desee determinando una orientación o profundización en Publicidad. Ejemplos: Música Publicitaria, Fotografía Publicitaria, Observatorio de Tendencias, Eventos y Activaciones, Publicidad y Redes Sociales, entre otras.

Historia del Periodismo Argentino

Primeras imprentas en el Río de la Plata. El periodismo en el Río de la Plata: antecedentes virreinales. Los primeros gobiernos patrios y sus órganos de expresión. El enfrentamiento ideológico en la prensa. La prensa durante el período de Rosas. La época de la Organización Nacional. El aporte "oriental" al periodismo argentino. Los nuevos formatos. Surgimiento y desarrollo de las secciones especiales. Escritores y periodistas.



Sede Pilar: Champagnat 1599 · Prov. de Bs. As.



Sede Centro: Tucumán 1845 · CABA · Argentina



(54-11) 3754-7970



fcseyc@usal.edu.ar



bit.ly/fcseyc-usal



@fcsec_usal



www.usal.edu.ar/fcseyc

La época de Perón. Roberto J. Noble y Clarín. La variedad de los 60. La originalidad y la mordaza. Otras formas del periodismo contemporáneo.

Política y Medios

Nociones y elementos básicos de la ciencia política. El Estado. Partidos y sistemas de partidos políticos. Aproximación a la geopolítica y a las relaciones internacionales. Política y poder. Los fundadores del pensamiento filosófico-político. Aportes de la sociología clásica y del pensamiento económico al campo político. Periodismo y Política.

Metodología de la Investigación

Investigación social: distinción entre métodos y técnicas. Proceso de investigación social aplicado al desarrollo de proyectos de tesinas monográficas. Métodos cuali-cuantitativos. Técnicas de obtención y análisis de datos. Descripción y exploración. Análisis de contenido. Estudio de casos. Investigación experimental. Trabajo de campo. Comprobación de hipótesis. Presentación de resultados.

CUARTO AÑO

Derecho a la Información

Derecho. Fuentes del derecho. Jurisprudencia y doctrina. Atributos de la persona jurídica. Hechos y actos jurídicos. Derecho comercial. Derecho del trabajo. Derechos humanos. El derecho a la información. Libertad de expresión. Hábeas data. Privacidad e intimidad. Marco regulatorio según los distintos medios. Propiedad intelectual.

Ética Profesional

Ética, moral y deontología. Profundización en aspectos filosóficos y antropológicos del ser y del deber ser profesional. Autorregulación publicitaria y normativas éticas afines. Análisis de casos. Planteo de problemáticas cotidianas y crisis profesionales. Fomento del pensamiento crítico y trascendente.

Producción de Documentales

Evolución del cine documental. El patrocinio empresarial y político. Las nuevas tecnologías en el desarrollo del cine documental. El nuevo documental histórico. Características del Documental en Latinoamérica y Argentina. Docudrama. Creatividad. La producción del documental: tema, investigación, guión documental, el rodaje, la postproducción, financiación, distribución y exhibición. entrevista, la postproducción, financiación, distribución y exhibición.



Sede Pilar: Champagnat 1599 · Prov. de Bs. As.



Sede Centro: Tucumán 1845 · CABA · Argentina



(54-11) 3754-7970



fcseyc@usal.edu.ar



bit.ly/fcseyc-usal



[@fcsec_usal](https://www.instagram.com/fcsec_usal)



www.usal.edu.ar/fcseyc

Producción de contenidos online

Servicios proporcionados por Internet. Definición de contenido web. Función. Plataformas en línea: redes sociales, microblogging, websites, blogs, perfiles en línea. Generación de Productos en Internet. Dimensión del Texto. Hipertexto. Gráficos. Elementos Multimedia: edición de audio y video. Adecuación de contenidos de acuerdo con infraestructura de comunicaciones: comunicaciones móviles (smartphones, tablets, pads y dispositivos recientes en infraestructura de comunicaciones).

Periodismo de investigación

Introducción al periodismo de investigación. Semejanzas y diferencias con la Investigación Social y el Periodismo de Precisión. Periodismo de investigación en sistemas democráticos. Proceso de investigación. Fuentes periodísticas. Nuevas tecnologías aplicadas a la investigación. Normas para editar y presentar informes de investigación.

Materia Electiva II

Espacio curricular a partir del cual el alumno tiene la oportunidad de sumar al desarrollo académico aquellas temáticas y conocimientos que desee determinando una orientación o profundización en Publicidad. Ejemplos: Música Publicitaria, Fotografía Publicitaria, Observatorio de Tendencias, Eventos y Activaciones, Publicidad y Redes Sociales, entre otras.

Media Coaching y Vocería

Relación entre Medios de Comunicación Masiva, sector público, sector privado y OSC. La gestión de prensa y difusión institucional: tareas que habitualmente desempeñan consultores y voceros de prensa. Media Coaching: herramientas para el ejercicio de coach/instructor personal de voceros. Pensamiento creativo a la hora de definir contenidos de prensa y lineamientos de voceros: mensajes claves y temas caóticos. Entrevistas programadas y no programadas. El media coaching en los distintos medios. Media Training: simulación de situaciones de interacción con la prensa. Recursos, proveedores. Crisis Training vs Media Training. El rol del vocero.

Sociedad, Cultura y Medios

La comunicación como instrumento de transformación cultural. La hibridación cultural. La construcción de identidades y las organizaciones sociales: culturales, comunitarias, barriales y corporativas. El consumo y las identidades. La identidad de género y los modelos mediáticos. Las identidades étnicas. La cultura de élite. El rol de la tecnología. Posmodernidad y cultura urbana.



Sede Pilar: Champagnat 1599 · Prov. de Bs. As.



Sede Centro: Tucumán 1845 · CABA · Argentina



(54-11) 3754-7970



fcseyc@usal.edu.ar



bit.ly/fcseyc-usal



[@fcsec_usal](https://www.instagram.com/fcsec_usal)



www.usal.edu.ar/fcseyc

Gestión de Proyectos Profesionales

Desarrollo de estrategias de comunicación a nivel profesional. Diversidad de soportes, formatos, rubros y sectores. Trabajo en tiempo real. Necesidades, recursos y riesgos. Relación costo-beneficio. Objetivos y resultados. Evaluación de procesos.

Prácticas Interdisciplinarias

Formulación de estrategias de comunicación integradas. Sinergia entre las distintas áreas profesionales de la comunicación social, la publicidad, el periodismo y las relaciones públicas. Estudio de casos y resolución de problemas comunicacionales para el ámbito corporativo, institucional, comercial y de bien público, entre otros.

Inglés Nivel II

Inglés técnico y profesional orientado al campo de actuación periodística de nivel superior.

Trabajo Final

Desarrollo de la tesina monográfica. Normas para la redacción de trabajos académicos. Presentación en profundidad del tema y la problemática de análisis. Elaboración del marco teórico, modelos y matrices. Descripción del caso de estudio. Aplicación de técnicas de investigación a la comprobación de hipótesis y el cumplimiento de objetivos propuestos. Utilización de fuentes. Conclusiones y aportes al campo profesional.



Sede Pilar: Champagnat 1599 · Prov. de Bs. As.



Sede Centro: Tucumán 1845 · CABA · Argentina



(54-11) 3754-7970



fcseyc@usal.edu.ar



bit.ly/fcseyc-usal



[@fcsec_usal](https://www.instagram.com/fcsec_usal)



www.usal.edu.ar/fcseyc