

**Licenciatura en Nutrición**  
**Facultad de Ciencias Médicas**  
**Universidad Nacional de La Plata**

**Autoridades:**

**Coordinadora de la Licenciatura:** Lic. Natalia Exner.

**Docente a cargo:** Licenciada y Profesora Roca María Victoria- Ayudante Diplomado

[comunicacion.len@med.unlp.edu.ar](mailto:comunicacion.len@med.unlp.edu.ar) / [victoriaroca80@gmail.com](mailto:victoriaroca80@gmail.com)

**Materia:** Seminario de Principios de la Comunicación social

**Ubicación en Plan de estudio:** 5to. Año (optativa)

**Régimen:** cuatrimestral

**Carga horaria:** 30 horas

**Temporalidad:** 1er. Cuatrimestre

**Modalidad de la cursada:** Teórico- práctico/ bimodal

**I. Presentación y Fundamentación**

La Comunicación es un fenómeno muy complicado, y en esta complejidad, sólo puede ser comprendida mediante un abordaje multidisciplinar. Los tiempos son otros, tanto los del campo laboral y científico, como los de las condiciones de formación. Es necesario volver a pensar en los comunicadores al trasluz de estas transformaciones que han modificado sustancialmente las condiciones materiales de formación y producción, al punto que no sólo es posible pensar en otros horizontes de expectativas e imaginar nuevos proyectos, sino también de disponer de las herramientas y los recursos para realizarlos.

El campo sanitario es uno de los espacios profesionales en los que más importante resulta que

el proceso de la comunicación se produzca de una manera adecuada. El correcto entendimiento entre profesional y paciente, profesional y familiar o entre profesionales de la salud es fundamental para que estos agentes avancen de modo conjunto hacia cada objetivo propuesto en aras de la promoción o la mejora de la salud.

El seminario se propone formar profesionales con competencias en las tecnologías vigentes, como contexto de la comunicación, capacitándolos para aprender las tecnologías que se desarrollen en el futuro, para la generación de información precisa, confiable y socialmente responsable. Se plantea brindar un recorrido por los marcos teóricos desde los cuales se aborda la comunicación, así como también su transversalidad con la práctica. Asimismo, propone la comprensión y análisis sobre las distintas perspectivas de comunicación en salud, para incentivar la propia práctica crítica en los estudiantes. Se promoverá la interacción entre estudiantes con el fin de construir cooperativamente los conocimientos, validar ideas y esquemas de acción desde lo comunicacional.

## **II. Objetivo general:**

Generar estrategias de comunicación, brindando una formación en teorías de la comunicación, lenguaje de los medios y los contenidos culturales que los atraviesa.

Objetivos específicos:

- Que los estudiantes reconozcan a la comunicación como un proceso de carácter social y constitutivo en las prácticas de salud.
- Reflexionar sobre las prácticas culturales en cuanto atraviesan la producción del discurso en los distintos medios de comunicación.
- Reconocer géneros y estilos tanto para la producción como para el reconocimiento de los discursos en salud.
- Adquieran las habilidades necesarias para identificar, seleccionar y emplear las herramientas técnicas pertinentes tanto para el desarrollo de un plan de comunicación en salud o la producción de contenidos.
- Profundizar las competencias reflexivas, discursivas y de comunicación necesarias para formular por escrito un proyecto y virtual en un área de su interés.

## **III. Contenidos**

- Comunicación: Teorías de la comunicación. Modelos de comunicación. Medios de comunicación masiva. Comunicación, salud y alimentación.
- Sistemas de comunicación: Uso de lenguajes en comunicación y nuevas tecnologías (TIC). Dispositivos. Enunciación.
- Comunicación y marketing: Mensaje y discurso publicitario, Estrategias de comunicación y publicidad.
- Comunicación y salud: abordaje e intervención desde la comunicación en diferentes ámbitos e instituciones.

#### **I V. Metodología:**

El seminario se encuentra estructurado de acuerdo a los siguientes lineamientos:

En las partes teóricas se abordarán los textos sugeridos en la bibliografía y se lo utilizará como disparadores desde los cuales se buscarán claves, nudos para el reconocimiento de realidad social; las relaciones que se establecen y se tejen a través del conocimiento de la comunicación.

En las partes prácticas: el objetivo será la profundización y la observación de diversas prácticas comunicacionales para llevar a cabo el propio discurso. Se desarrollarán guías semanales, en base al contenido teórico abordado.

#### **Cronograma tentativo 2023**

<b>Semana</b>	<b>Actividades</b>
1	<b>Tema 1: Comunicación</b> Explicación teórica- actividad en clase con material teórico
2	<b>Tema 1: Comunicación- teorías de comunicación</b> <i>Actividad en clase- exposición e intercambio profesor/alumno</i>

3	<p><b>Tema 1: Modelos de comunicación</b></p> <p>Exposición teórica- trabajo grupal</p>
4	<p><b>Tema 1: Modelos de comunicación</b></p> <p><i>Trabajo grupal- intercambio profesor/alumno</i></p>
5	<p><b>Tema 1: Comunicación, salud y alimentación</b></p> <p><i>Análisis crítico de los medios de comunicación referente al tema</i></p>
6	<p><b>Tema 2: Sistemas de comunicación. Uso de Lenguajes y TIC</b></p> <p>Explicación teórica y actividades en clase</p>
7	<p><b>Tema 3: Comunicación y marketing</b></p> <p><i>Teórico explicativo y elaboración de trabajo grupal</i></p>
8	<p><b>Tema 3: Mensaje y discurso publicitario</b></p> <p><i>Visualización de material audiovisual explicativo</i></p>
9	<p><b>Tema 4: Comunicación y salud</b></p> <p><i>Teóricos explicativo-actividades grupales con los estudiantes</i></p>
10	<p><b>Elaboración de trabajo final</b></p> <p><i>Pautas para elaboración del trabajo final- elección de tema</i></p>
11	<p><b>Elaboración de trabajo final</b></p> <p>Confección del trabajo y consultas</p>

12	<b>Consulta sobre trabajo final</b> <i>Clase de consultas para elaboración de trabajo final</i>
13	Cierre de consultas para elaboración de trabajo final
14	<b>1ra entrega</b>
15	Intercambio de trabajos y exposición alumnos/ profesor. Cierre
16	<b>2ra entrega</b>
	<b>3ra entrega (mediante examen final)</b>

#### V. Acreditación:

Los estudiantes deberán cumplir con el 80% de la asistencia y deberán tener entregado la totalidad de los trabajos prácticos solicitados por el docente. Además, tendrán que presentar un trabajo final integrador para aprobar la materia de manera promocional.

Se evaluarán diferentes instancias de aprendizaje conceptual y procedimental por parte de los estudiantes tales como:

-Participación en clase: consulta y aportes sobre los textos. Exposición en clase de temas a partir de la bibliografía específica.

-Realización de ejercicios prácticos.

-Trabajo final: confección de un proyecto o trabajo monográfico (tema a definir con el estudiante)

#### VI. Evaluación:

Se presentará un trabajo final integrador individual o grupal al finalizar la cursada, estableciendo su modalidad de acuerdo con la dinámica desarrollada durante las actividades.

Nota mínima de aprobación: 7 (siete)

Tendrán tres instancias de entrega:

Primera instancia: 15 días antes de finalizada la cursada

Segunda instancia: al cierre de la cursada

Tercera instancia: mediante examen final, una vez aprobada la cursada.

### **VII. Bibliografía:**

La bibliografía seleccionada tiene el carácter de básica, lo que no impide la recomendación de lectura complementaria cuando se crea conveniente.

- 1) Adorno, T. Televisión y cultura de masas. Estudios interdisciplinarios 1973, (1): 14- 38.
- 2) Bauman Z. Vida de consumo. Buenos Aires: FCE. 2008.
- 3) Bourdieu P Chartier R. La lectura: una práctica cultural. En Bourdieu P El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura. 2011. Buenos Aires, Siglo XXI: 253-273.
- 4) García Canclini N. Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. México, Grijalbo. 1995.
- 5) Stuart H. Codificar y decodificar. En Culture, Media and Language. London 1980.
- 6) Lazarsfeld P Merton R. Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada. Muraro H (comp.). La comunicación de masas, Centro Editor de América Latina, Buenos Aires, 1977.
- 7) Martín Barbero J. Introducción y Los métodos. En: De los medios a las mediaciones, Gustavo Gili, 1987; 9-12 y 203-259.
- 8) Mata MC. Interrogaciones sobre el consumo mediático. En: Nueva Sociedad. 1995; (140): 90-101.
- 9) Mattelart, A y Mattelart, M, Historia del las Teorías de la Comunicación, Barcelona: Paidós, 1997.
- 10) Winkin I. El telégrafo y la orquesta, en Bateson, Gregory y otros. La nueva comunicación. Barcelona, Kairos. 1984. Pág. 11-25.

