Universidad Nacional de Salta
FACULTAD DE HUMANIDADES
Av. Bolivia 5150 - 4400 Salta
REPUBLICA ARGENTINA
Tel./FAX (54) (0387) 4255458

SALTA, 23 AGO. 2005

RES.H.Nº 943-05

Expte.No.4588/00

VISTO:

El proyecto de Plan de Estudios de la Carrera de *Licenciatura en Ciencias de la Comunicación*, presentado por la Comisión ad-hoc designada por Resolución H.No.318/04; y

CONSIDERANDO:

Que la creación de la citada carrera responde a la necesidad de cubrir una demanda de la sociedad actual, ofreciendo nuevas formas de comunicación que optimicen las redes comunitarias. En ese sentido, esta carrera da respuestas formando profesionales críticos y comprometidos que se desempeñen con solvencia en los diferentes ámbitos comunicacionales;

Que el proyecto fue revisado y avalado por Secretaría Académica de la Universidad;

Que si bien algunas asignaturas ya se dictan en distintas carreras de la Facultad por lo que podrían dictarse, en principio, como extensión de funciones de los docentes a cargo de las mismas, existen otras, para las cuales se requiere que la Universidad asigne los recursos necesarios para implementar la carrera;

Que los miembros del Consejo Directivo recomendaron por unanimidad la aprobación del plan de estudios y solicitar al Consejo Superior su ratificación;

POR ELLO, y en uso de las atribuciones que le son propias;

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA FACULTAD DE HUMANIDADES
(En su sesión ordinaria del día 16/08/05)

R E S U E L V E :

ARTICULO 1º.- APROBAR el Plan de Estudios correspondiente a la Carrera de ***Licenciatura en Ciencias de la Comunicación***, en el ámbito de la Facultad de Humanidades, el cual como Anexo I, forma parte de la presente.

ARTÍCULO 2º.- SOLICITAR al Consejo Superior que apruebe la asignación de los recursos necesarios para la implementación de la citada carrera y cuyo detalle se consigna en el Anexo II de la presente resolución.

ARTICULO 3º.- SOLICITAR al Consejo Superior la ratificación del Plan de Estudios.

ARTICULO 4º.- COMUNÍQUESE a Secretaría Académica, Departamento Alumnos y siga al Consejo Superior para la prosecución del trámite correspondiente.

mda

Prof. SUSANA PIES FERNANDEZ
SECRETARIA
FACULTAD DE HUMANIDADES - UNSa

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA - FACULTAD DE HUMANIDADES

Lic. E. CATALINA BULIBASICH
DECANA
Facultad de Humanidades - UNSa

Universidad Nacional de Salta
FACULTAD DE HUMANIDADES
Av. Bolivia 5150 - 4400 Salta
REPUBLICA ARGENTINA
Tel./FAX (54) (0387) 4255458

ANEXO I de la Resolución H.No. 943-05

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
PLAN DE ESTUDIOS

1. ANTECEDENTES Y FUNDAMENTACIÓN

La creación de la Carrera de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación responde a distintos objetivos:

a) Cubrir la demanda de los alumnos que, desde hace años, reclaman la creación de esta carrera en la Universidad Nacional de Salta, pues aun existiendo en la Sede Regional Tartagal, en la Universidad Nacional de Jujuy o en la Universidad Nacional de Tucumán, por nombrar las más próximas, la situación económica del estudiante medio de la U.N.Sa[1] no le permite hacer frente a los gastos que demanda estudiar fuera de la provincia o, en su defecto, en un instituto terciario o una universidad privada de la misma ciudad.

b) Responder a las necesidades de una sociedad local atravesada por lo mediático ofreciendo nuevas formas de comunicación que optimicen las redes comunitarias. En ese sentido, esta carrera da respuestas formando profesionales críticos y comprometidos que se desempeñen con solvencia en los diferentes ámbitos comunicacionales, tanto en los ya existentes democratizando las políticas de comunicación como generando alternativas de comunicación acordes a las nuevas necesidades de instituciones, empresas y comunidades ubicadas en los diversos territorios de la región.

c) Acordar con los objetivos fundacionales de la universidad que prescriben la formación de profesionales consustanciados con las problemáticas de la región, situados y comprometidos con los procesos de construcción de la memoria y la formación de las identidades locales.

d) Abrir el espectro de carreras en la Facultad de Humanidades adecuándose al avance de la tecnología y a los cambios que ésta produce en la percepción, cognición e interpretación del mundo. Por ello, la Facultad se haría cargo de la formación de especialistas en comunicación desde una perspectiva que se sustenta en los valores humanísticos y en el marco de los actuales desarrollos de las Ciencias Sociales.

e) Ofrecer las herramientas necesarias para el conocimiento y las operatorias con el discurso mediático ya que éste atraviesa el resto de los discursos sociales. Por lo tanto, la Carrera de Ciencias de la Comunicación tiene un objeto de estudio específico (los medios de comunicación social) que requiere de asignaturas acordes al mismo. Esto implica que la mencionada Carrera no puede resultar simplemente de una "adición" de materias que ya se dictan en la Facultad de Humanidades, aunque intente aprovechar las que se dictan en ella[2].

---

[1] Más del 70 % de los alumnos de esta universidad se encuentran bajo la línea de pobreza (datos extraídos de la comisión de Investigación del Ingreso 2003 de la Facultad de Humanidades y del trabajo que se desarrolla en el marco de la comisión de ingreso 2005 en el ámbito de la Secretaría Académica de la Universidad).

[2] En lo relativo a la factibilidad de implementación de la mencionada carrera, cabe aclarar que muchas de las materias previstas pueden ser dictadas por profesores que pertenecen a las distintas carreras de Universidad o de otras facultades de nuestra Universidad.

Universidad Nacional de Salta
FACULTAD DE HUMANIDADES
Av. Bolivia 5150 - 4400 Salta
REPUBLICA ARGENTINA
Tel./FAX (54) (0387) 4255458

2. TÍTULOS Y DURACIÓN DE LA CARRERA

- Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Duración: cuatro años

Los títulos otorgados estarán acompañados de una certificación en la que conste la orientación elegida. Las mismas son:

- Periodismo
- Comunicación Institucional
- Comunicación comunitaria y alternativa.

3. PERFIL DEL EGRESADO

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

El Licenciado en Ciencias de la Comunicación se formará para la realización de tareas vinculadas a las producción de textualidades mediáticas tanto gráficas como audiovisuales. Asimismo se preparará para el desarrollo de tareas de investigación que vinculen las problemáticas específicamente mediáticas con las que surjan de lo social de acuerdo a las diferentes circunstancias socio-históricas de esta manera podrá ejercer su rol de manera crítica buscando realizar un aporte fundamental a la sociedad a la que pertenece.

CON ORIENTACIÓN EN PERIODISMO

El egresado estará capacitado para desempeñarse adecuadamente de acuerdo con el rol y con el perfil del medio en el que desarrolle su actividad, siendo capaz de producir e interpretar creativa y críticamente diferentes textos mediáticos. Asimismo, implementar y dirigir proyectos de investigación en el campo de las comunicaciones sociales.

CON ORIENTACIÓN EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

El graduado puede desempeñarse adecuadamente de acuerdo con el rol y con el perfil de cada una de las instituciones y organizaciones tanto públicas como privadas en las que desarrolle su actividad, siendo capaz de producir e interpretar creativa y críticamente diferentes textos requeridos por las instituciones. Asimismo, implementar y dirigir proyectos de investigación en el campo del análisis institucional y organizacional.

CON ORIENTACIÓN EN COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA

El licenciado estará capacitado para planificar, implementar y evaluar políticas y proyectos de comunicación tanto en distintas instituciones, organizaciones y medios de comunicación alternativos del ámbito público y/o privado como en diferentes territorios (barrios, municipios, regiones, comunidades aborígenes, entre otros). Asimismo, implementar y dirigir proyectos de investigación en el campo de las comunicaciones sociales.

4. ALCANCE DEL TÍTULO

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

El egresado de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación está capacitado para ejercer tareas relacionadas con las siguientes funciones en medios masivos de comunicación en lo relativo a:

- Jefe de noticias, Jefe de redacción y Jefe de sección.
- Investigaciones sobre temas y problemáticas vinculadas al campo de la comunicación social.
- Implementación de proyectos.

Universidad Nacional de Salta
FACULTAD DE HUMANIDADES
Av. Bolivia 5150 - 4400 Salta
REPUBLICA ARGENTINA
Tel./FAX (54) (0387) 4255458

- Asesoramiento a instituciones o empresas públicas o privadas.
- Evaluación de campañas, textos y discursos mediáticos.
- Realización de Crítica cultural, guiones y selección e interpretación de información en cualquier medio y/o institución.

CON ORIENTACIÓN EN PERIODISMO.

El egresado de esta Carrera podrá desarrollar preferentemente su práctica profesional en el ámbito de los organismos de comunicación masiva (radio, diarios y revistas, televisión abierta y por cable, periódicos y revistas virtuales, empresas de publicidad), en lo relativo a

- producción, realización y/o conducción de diversos textos y programas mediáticos;
- gestión integral al interior de los medios;
- investigación periodística;
- notas y programas de actualidad en los distintos medios;
- diseño, realización y evaluación de campañas publicitarias e informativas.

Asimismo, podrá investigar temas y problemas vinculados al campo de la comunicación social.

CON ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

El licenciado podrá desarrollar preferentemente su práctica profesional en el ámbito de las instituciones y las organizaciones y en el ámbito institucional (dependiente de la administración pública, empresarial, cooperativo, sindical y de organizaciones no gubernamentales), en lo relativo a

- dirección de equipos interdisciplinarios y facilitación de trabajo en red;
- gestión de políticas y proyectos comunicacionales;
- diseño, implementación y evaluación de políticas y proyectos destinados a optimizar la comunicación en el ámbito institucional y organizacional;
- propuesta, implementación y evaluación de estrategias y políticas comunicacionales en el marco empresarial;

Asimismo, podrá investigar temas y problemas vinculados al campo de la comunicación institucional.

CON ORIENTACIÓN COMUNICACIÓN COMUNITARIA Y ALTERNATIVA

El graduado de esta Carrera podrá desarrollar preferentemente su práctica profesional en el ámbito de medios alternativos de comunicación (radios y publicaciones barriales, parroquiales, municipales y/o comunitarias en general) y en el ámbito institucional (dependiente de la administración pública, empresarial, cooperativo, sindical y de organizaciones no gubernamentales), en lo relativo a

- dirección de equipos interdisciplinarios y facilitación de trabajo en red;
- gestión de políticas y proyectos comunicacionales;
- diseño, implementación y evaluación de políticas y proyectos destinados a optimizar la comunicación en el ámbito institucional;
- propuesta, implementación y evaluación de estrategias y políticas comunicacionales en el marco empresarial;
- análisis de los modos y problemáticas comunicacionales relativas a diversas comunidades (barrial, municipal, regional, aborigen, entre otras). Diseño, ejecución y evaluación de diferentes políticas, estrategias de intervención y proyectos referidos a los modos y problemáticas previamente analizados.

Asimismo, podrá investigar temas y problemas vinculados al campo de la comunicación social.

Universidad Nacional de Salta
FACULTAD DE HUMANIDADES
Av. Bolivia 5150 - 4400 Salta
REPUBLICA ARGENTINA
Tel./FAX (54) (0387) 4255458

5. ASPECTOS ESPECIALES REFERIDOS A LA METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

5.1. De las asignaturas

Las diferentes asignaturas tendrán como objetivo central la formación de un futuro profesional en Comunicación Social. La currícula dispuesta a través del Plan de la Carrera prevé una sólida fundamentación filosófica, histórica, semiótica y sociológica, orientaciones necesarias para plantear estrategias de comunicación social en el contexto de un mundo globalizado. Al mismo tiempo, propende a la fluidez y solvencia teórica necesarias para analizar los procesos de producción y recepción, de modo tal que los textos sean abordados a través de las herramientas provenientes de las teorías de la percepción, de la formación de las subjetividades y de las semiosis de los masmedia.

Las problemáticas que dan origen a la Carrera, sumadas al cambio vertiginoso de la sociedad contemporánea, hacen necesaria una reflexión permanente sobre las nuevas formas y mecanismos de la comunicación. La incorporación de las nuevas tecnologías, las diferentes miradas y posiciones con que se sitúan los actores sociales en estos procesos y las significaciones que les atribuyen a los objetos y discursos circulantes serán el objeto central del trabajo en cada una de las asignaturas de la carrera.

5.2. De las reuniones de cátedra y estrategias didácticas

Teniendo en cuenta estos puntos de partida para la formación profesional en Ciencias de la Comunicación, las estrategias didácticas serán acordadas en reuniones del Claustro Docente en las cuales se discutirán tanto aspectos teóricos y prácticos de las materias como la articulación horizontal y vertical. Asimismo la bibliografía será un punto clave en estas reflexiones para evitar superposiciones, reiteraciones o ausencias de textos indispensables para la formación de los futuros profesionales.

Como resultado, las cátedras deberán incorporar estos acuerdos con la finalidad de optimizar la oferta académica desde una revisión permanente y crítica de la Carrera y de las prácticas docentes en su conjunto.

5.3. Espacios de taller

Los espacios didácticos de taller prepararán al estudiante para desenvolverse con soltura en medios gráficos (periódicos, revistas, publicaciones virtuales, publicidad, entre otros) radiales (AM, FM, radios comunitarias y barriales, entre otras) y audiovisuales (publicidad, televisión, video, multimedia y cine). El objetivo de este modo de trabajo es brindar a los futuros egresados un adecuado equilibrio entre teoría y práctica que lo prepare para encarar con solvencia su tarea profesional en cualquiera de los ámbitos mencionados.

5.4. Pasantías

La Carrera gestionará pasantías de trabajo e investigación en diferentes medios, instituciones y empresas con la finalidad de formar profesionales idóneos y entrenados en el ámbito donde desempeñará. En ese sentido la pasantía busca, por un lado, agregar un plus de calidad a la formación de grado y, por otro, insertar a los estudiantes en el medio social donde deberán volcar sus conocimientos y, por lo mismo, mostrarse comprometidos con él. Este tipo de práctica redundará en una interacción constante entre la universidad y la sociedad, lo que, a la larga generará un reconocimiento tanto de la excelencia de la carrera como de los profesionales que ella forma.

Universidad Nacional de Salta
FACULTAD DE HUMANIDADES
Av. Bolivia 5150 - 4400 Salta
REPUBLICA ARGENTINA
Tel./FAX (54) (0387) 4255458

Las pasantías se desarrollarán a partir del segundo año de cursado de la carrera de acuerdo a los objetivos y contenidos que se prevean en cada una de las materias específicas. Las trescientas horas se distribuirán progresivamente a lo largo de los últimos tres años de la carrera (cincuenta horas durante el segundo año de cursado, cien en el tercero y ciento cincuenta durante el último año) que brindarán las especificidades en cada caso.

La pasantía estará orientada a completar el proceso formativo de los estudiantes preferentemente con el fin de orientar el trabajo de tesis ya que se privilegiará la práctica concreta de actuación del Licenciado en Ciencias de la Comunicación en el medio en que pretenda desenvolverse, según su proyecto de investigación.

El desarrollo de las pasantías determinará la orientación del título que obtendrá el egresado. Durante las primeras cincuenta horas el estudiante realizará su pasantía tanto en instituciones (públicas y/o privadas) como en diversos medios de comunicación además de realizar acciones de intervención comunitaria. Esto permitirá que los futuros egresados visualicen –junto al cursado de las materias previstas en el plan- las características de cada una de las orientaciones. En el tercer año, el estudiante elegirá una de las modalidades para desarrollar las cien horas de pasantía correspondientes. Finalmente, en el último año de la carera, se realizarán ciento cincuenta horas de pasantía que implican la especialización en una de las orientaciones previstas en el plan de estudio.

5.5. Trabajos de Tesis

La Tesis de Licenciatura consistirá en la producción de un trabajo escrito de acuerdo a las características y modalidades reglamentadas en la Facultad de Humanidades y a la orientación elegida. En este sentido, las pasantías irán colaborando en la formación de los futuros egresados ya que permitirán el desarrollo de problemáticas que luego podrían reaprovecharse en la formulación del plan de tesis y su escritura final.

6. SISTEMA DE CURSADO, EVALUACIÓN Y PROMOCIÓN

Las materias que componen la carrera podrán ser promocionales o por régimen de regularidad y examen final. Esto se determinará de acuerdo a las especificidades de cada una de las asignaturas lo que constará en cada uno de los programas específicos.

7. ESTRUCTURA CURRICULAR

CICLO INTRODUCTORIO. PRIMER AÑO

ASIGNATURA	DURACIÓN	CARGA HORARIA SEMANAL	TOTAL DE HORAS
1 INTRODUCCIÓN A LAS TEORIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL	Anual	3 horas	90
2 COMPRENSIÓN Y PRODUCCIÓN DE TEXTOS (1)*	Anual	3 horas	90
3 INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA Y AL PERIODISMO DE OPINIÓN	Cuatrimes-tral	4 horas	60

Universidad Nacional de Salta
FACULTAD DE HUMANIDADES
Av. Bolivia 5150 - 4400 Salta
REPUBLICA ARGENTINA
Tel./FAX (54) (0387) 4255458

4 TEORÍA Y PRÁCTICA DE RADIO I	Cuatrimes-tral	4 horas	60
5 SOCIOLOGÍA (2)	Cuatrimes-tral	4 horas	60
6 TEORÍA Y PRÁCTICA DE FOTOGRAFÍA	Cuatrimes-tral	4 horas	60
7 PRÁCTICAS CRÍTICAS (3)	Cuatrimes-tral	4 horas	60
8 HISTORIA REGIONAL (4)	Cuatrimes-tral	4 horas	60
9 TEORÍA Y PRÁCTICA DE PRENSA ESCRITA	Cuatrimes-tral	4 horas	60

Total: 600 HORAS

*Entre paréntesis se señalan con números las materias que pertenecen a la currícula de otras carreras de la Facultad de Humanidades.

CICLO TRONCAL. SEGUNDO AÑO

ASIGNATURA	DURACIÓN	CARGA HORARIA SEMANAL	TOTAL DE HORAS
10 IDIOMA EXTRANJERO (5)	Anual	3 horas	90
11 SEMIÓTICA GENERAL (6)	Cuatrimestral	4 horas	60
12 TEORÍA Y PRÁCTICA DE RADIO II	Cuatrimestral	4 horas	60
13 ANÁLISIS DEL DISCURSO	Cuatrimestral	4 horas	60
14 PRÁCTICA EN COMUNICACIÓN COMUNITARIA E INSTITUCIONAL	Cuatrimestral	4 horas	60
15 ANTROPOLOGÍA ECONÓMICA (7)	Cuatrimestral	4 horas	60
16 INSTITUCIONES Y GRUPOS (8)	Anual	3 horas	90
17 TEORÍA Y CRÍTICA DE ESPECTÁCULOS Y MEDIOS	Cuatrimestral	4 horas	60
18 SEMIÓTICA DE LA CULTURA	Cuatrimestral	4 horas	60

Total: 600 HORAS

CICLO TRONCAL. TERCER AÑO

ASIGNATURA	DURACIÓN	CARGA HORARIA SEMANAL	TOTAL DE HORAS
19 PSICOLOGÍA SOCIAL (9)	Cuatrimestral	4 horas	60
20 COMUNICACIÓN POPULAR Y ALTERNATIVA	Cuatrimestral	4 horas	60
21 TEORÍA Y PRÁCTICA DE LOS	Anual	3 horas	90

Universidad Nacional de Salta
FACULTAD DE HUMANIDADES
Av. Bolivia 5150 - 4400 Salta
REPUBLICA ARGENTINA
Tel./FAX (54) (0387) 4255458

USOS TECNOLÓGICOS DE LA COMUNICACIÓN			
22 TEORÍA Y PRÁCTICA DE TELEVISIÓN	Cuatrimestral	4 horas	60
23 SEMIÓTICA AUDIOVISUAL (10)	Anual	3 horas	90
24 LEGISLACIÓN Y ÉTICA EN LA COMUNICACIÓN	Cuatrimestral	4 horas	60
25 ESTADO, PODER Y MEDIOS EN ARGENTINA Y LATINOAMÉRICA	Anual	3 horas	90
26 PUBLICIDAD Y COMERCIALIZACIÓN	Cuatrimestral	4 horas	60
27 INTERFAZ ARTE/TECNOLOGÍA	Cuatrimestral	4 horas	60
28 PROCESOS SOCIALES DE AMÉRICA (11)	Cuatrimestral	4 horas	60
29 TEORÍAS DEL DESARROLLO CAPITALISTA (12)	Cuatrimestral	4 horas	60
30. TEORÍAS DE LA PERCEPCIÓN	Cuatrimestral	4 horas	60

Total: 810 HORAS

CICLO TRONCAL. CUARTO AÑO

ASIGNATURA	DURACIÓN	CARGA HORARIA SEMANAL	TOTAL DE HORAS
31 GESTIÓN Y DISEÑO DE POLÍTICAS EN COMUNICACIÓN SOCIAL	Anual	3 horas	90
32 SEMINARIO DE METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN Y TESIS (13)	Anual	3 horas	90
33. DISEÑO, GESTIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS	Cuatrimestral	4 horas	60
34. TEORÍA Y PRÁCTICA DE CINE Y vides	Anual	3 horas	90
35 TESIS	Anual	3 horas	90

Total: 420 HORAS

PASANTÍA E INVESTIGACIÓN: 300 HORAS

CANTIDAD DE HORAS DEL PLAN

Cantidad de horas para el cursado de materias: 2470
Trabajo de pasantía e investigación: 300
Total de horas: 2770

Universidad Nacional de Salta
FACULTAD DE HUMANIDADES
Av. Bolivia 5150 - 4400 Salta
REPUBLICA ARGENTINA
Tel./FAX (54) (0387) 4255458

8. CONTENIDOS MÍNIMOS:

CICLO INTRODUCTORIO. PRIMER AÑO

1. INTRODUCCIÓN A LAS TEORIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL: Grandes paradigmas de la investigación comunicacional, especialmente en América Latina. Teorías de la recepción y cruce de disciplinas: a) el estatuto de las teorías de la comunicación en el contexto más general de las teorías sociales. b) Los hitos principales en la historia de las teorías de la comunicación fundacionales del campo (Escuela de Frankfurt; Escuela de Birmingham; Mass *Communication Research*; Comunicación y dependencia en América Latina). Estudios de recepción; neoconservadurismo y comunicación. c) Focalización del estudio de lo público en el capitalismo tardío. Procesos socioculturales y nuevos modos de expresión de la subjetividad.

2. COMPRENSIÓN Y PRODUCCIÓN DE TEXTOS: Prácticas y discursos sociales. Texto, contexto y paratexto. Prototipos y tipos de textos. La cuestión de la enunciación. La exposición. Superestructura y modalidades. La argumentación. Componentes del cuadro argumentativo: 1) marco, 2) núcleo fundamental o estructura; 3) mecanismos de conexión.

3. INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA Y AL PERIODISMO DE OPINIÓN: Conocimiento de la empresa periodística. Iniciación a la práctica periodística cotidiana. Cable de agencia, flash, boletín. El rigor en la información. Los límites del periodista y sus conflictos éticos y deontológicos. Las fuentes periodísticas, la construcción y representación de la noticia. La investigación social en medios periodísticos impresos y sus efectos sobre los públicos. El ejercicio de la persuasión y la influencia. Hecho noticioso, interpretación, investigación y anticipación de las consecuencias sociales. Técnicas del periodismo de investigación y los géneros de opinión (el comentario, la columna, la editorial).

4. TEORÍA Y PRÁCTICA DE RADIO I: Diversos usos del medio. Géneros, tecnologías y la organización de la empresa radiofónica. La historia de una tecnología y el nacimiento de un nuevo medio de masas. El lenguaje radiofónico: el valor del sonido como producción de sentido. La palabra oral, la música, el silencio y los efectos sonoros; sus funcionamientos y reglas de organización en el interior del texto radiofónico.

5. SOCIOLOGÍA: Surgimiento de la Sociología. La Sociología y la Ciencia moderna. Los precursores. Durkheim, Weber y Marx. Conceptos sociológicos fundamentales. Categorías sociológicas y apreciaciones de la realidad. La comprensión de los procesos sociales.
Teoría sociológica: principales teorías desde el surgimiento de la sociología. Situación actual de la Teoría Sociológica.

6. TEORÍA Y PRÁCTICA DE FOTOGRAFÍA: Del Daguerrotipo a la fotografía digital. Iluminación. El encuadre. El enfoque. La composición fotográfica. Cámaras, lentes y películas. Teoría del color. Filtros, flash, exposición, profundidad de campo y congelación del movimiento. El proceso de revelado. Software relacionados con la edición de la imagen digital. La foto prensa (editorial y de choque), la foto social, la foto publicitaria, la foto arte. Principales teorías sobre la fotografía: Barthes, Sontang, Beceyro, entre otros.

Universidad Nacional de Salta
FACULTAD DE HUMANIDADES
Av. Bolivia 5150 - 4400 Salta
REPUBLICA ARGENTINA
Tel./FAX (54) (0387) 4255458

7. PRÁCTICAS CRÍTICAS: Discurso periodístico y otros discursos sociales. Discurso crítico y teórico. Aproximación a las prácticas de lectura y escritura periodística. Crítica periodística y crítica académica. La reseña.

8. HISTORIA REGIONAL: Abordará el concepto de región como resultante de un proceso histórico, como un constructo y como una hipótesis de trabajo. Pondrá énfasis en el proceso histórico definiendo una identidad regional, estudiará las persistencias y los cambios de un espacio que no admite definiciones previas desde su temprana pertenencia al Tawantisuyo hasta los actuales esfuerzos de integración en el Mercosur.

9. TEORÍA Y PRÁCTICA DE PRENSA ESCRITA: Gráfica: El lenguaje periodístico. Nociones de edición. La noticia: su construcción. Las seis preguntas clásicas. Cabeza y cuerpo informativo. Pirámide invertida. Los géneros periodísticos: Crónica, nota informativa, nota de color, descriptiva, de opinión, flash, cable, reportaje, entrevista. La construcción del acontecimiento. Nociones básicas de edición: tipografía y titulación. Los formatos de los periódicos. Los estilos en su historicidad: *amarillo, blanco y nuevo periodismo*.
El medio: La redacción. Funciones del periodista en la empresa periodística. Organización por secciones y grupos con rotación de responsables de corrección y edición. La publicación periódica. Problemas de edición y diagramación.

CICLO TRONCAL. SEGUNDO AÑO

10. IDIOMA EXTRANJERO: Conocimientos básicos de fonética de un idioma extranjero. Lectura comprensiva de textos periodísticos críticos y teóricos.

11. SEMIÓTICA GENERAL: Del concepto de signo al de producción de sentido. Los orígenes teóricos de la semiótica: Charles Sanders Peirce y Ferdinand de Saussure. Convergencias y divergencias. Desarrollo de la perspectiva pragmática y semiolingüística en Europa y América Latina (teorías semióticas contextualistas, inmanentistas y críticas). El problema de la representación semiótica. Conceptos de lenguaje y semiosis. El concepto de cultura desde la perspectiva semiótica. Los medios de comunicación como constructores de sistemas de inteligibilidad del mundo. Teorías de la percepción y recepción I.

12. TEORÍA Y PRÁCTICA DE RADIO II: Los géneros radiofónicos: tipología. La noticia radiofónica: boletines informativos, flashes, panoramas informativos, crónicas. El comentario radiofónico. La investigación periodística. Las campañas radiofónicas. Los *spots* promocionales y/o publicitarios. Criterios de producción y puesta al aire. Producción y postproducción. El guión radiofónico. La radio como servicio. Los distintos tipos de radio: AM, FM y radios educativas y comunitarias.

13. ANÁLISIS DEL DISCURSO: Determinación del objeto: Dimensiones de la interacción social: lo verbal / lo extraverbal. Responsividad, dialogismo y géneros del discurso. Enunciado-texto; enunciación-discurso (Bajtín, Benveniste, Greimás, Verón, Foucault, Charaudeaux). El AD como espacio de convergencia interdisciplinario. La enunciación enunciada: Construcción de la subjetividad: enunciador-enunciatario; embragues y desembragues. Deixis, temporalización espacialización. La acción discursiva: locución, ilocución, perlocución, performatividad. El hacer de lo no dicho: presuposición, implicación, suposición. La orientación social del enunciado. La dimensión socio-cultural: Prácticas y formaciones discursivas, sociales e ideológicas. El problema del sujeto y sus modos de representar el mundo y a sí mismo.

Universidad Nacional de Salta
FACULTAD DE HUMANIDADES
Av. Bolivia 5150 - 4400 Salta
REPUBLICA ARGENTINA
Tel./FAX (54) (0387) 4255458

14. PRÁCTICA EN COMUNICACIÓN COMUNITARIA E INSTITUCIONAL: Introducción a la comunicación comunitaria. Una comunicación para otro desarrollo. Metodología de planificación de proyectos comunitarios. El diagnóstico comunicacional: definición, tipos, ejemplos. Medios participativos. La participación social desde la perspectiva de la comunicación comunitaria. Técnicas de evaluación de proyectos comunitarios. Pautas para la redacción de proyectos, evaluaciones e informes de trabajos de campo.
La perspectiva institucional. Las instituciones, grupos y organizaciones. Las instituciones y el poder. Prácticas y representaciones sociales. Imaginarios colectivos. Dimensión política. Abordajes metodológicos.

15. ANTROPOLOGÍA ECONÓMICA: Principales corrientes teóricas de la disciplina. Críticas a la teoría económica ortodoxa formuladas desde la Antropología. Análisis de los procesos económicos en sociedades sin economía de mercado y/o afectadas por la penetración del mercado.

16. INSTITUCIONES Y GRUPOS: Las instituciones y lo institucional. Imaginario y representaciones. Estudios de las instituciones. Condicionantes. Dinámicas. Identidad y cultura.

17. TEORÍA Y CRÍTICA DE ESPECTÁCULOS Y MEDIOS: Especificidad del objeto de análisis. Texto dramático. Texto espectacular: componentes lingüísticos y paralingüísticos. La interacción social: relaciones escena/sala, estadio/público... La enunciación en el teatro (y otras prácticas parateatrales): ilocutividad, performatividad. La denegación. La recepción. Prácticas críticas más frecuentes en el análisis de espectáculos: semiótica del teatro, teatrología, estética de la recepción.

18. SEMIÓTICA DE LA CULTURA: La construcción del objeto de estudio. El funcionamiento de la cultura. Tipologías. Memoria y cultura. La contradicción estructural del dispositivo pensante. Acerca de la semiosfera.: rasgos distintivos y fronteras. Las esferas de la percepción: logosfera, grafosfera, videosfera. La lógica de la explosión. Autoconciencia y transformación de las culturas. La cultura en la sociedad: arquitectura social del saber. Estructuras sociales y sistemas de representación. Operaciones culturales. Política y cultura. Principales líneas teóricas: Lotman y la Escuela de Tartú, Sönenson, De Certeau, Debray, Lévy.

CICLO TRONCAL. TERCER AÑO

19. PSICOLOGÍA SOCIAL: Contextualización de la disciplina en la epistemología de las ciencias sociales, del pensamiento complejo y de la sobremodernidad. El fenómeno de la interacción social en tanto constitutivo de procesos situacionales y dispositivos privilegiados en la construcción de la subjetividad. Su abordaje desde los siguientes enfoques teóricos-metodológico: semiológico-cultural, sistemático y socio-cognitivo.

20. COMUNICACIÓN POPULAR Y ALTERNATIVA: Comunidad, sociedad y comunicación. La comunidad como concepto y sus transformaciones del concepto en América Latina. Teoría cultural y teorías de las culturas populares. Lo popular en distintos paradigmas culturales y políticos. Cultura popular y cultura de masas: límites de las categorías. Las culturas populares y el periodismo cultural. La prensa popular: definiciones y características del género.
La comunicación alternativa: gráfica, radial, televisiva, cinematográfica, videoartística. La dimensión política, social, económica, tecnológica, artística y cultural de la comunicación

alternativa. Políticas culturales y alternatividad. El periodismo cultural alternativo. Problemas de gestión alternativa: cogestión, autogestión, cooperativismo. Vanguardia y mercado. El concepto de red en la comunicación alternativa. Propuestas de diseño y ejecución de prácticas de comunicación alternativa.

21. TEORÍA Y PRÁCTICA DE LOS USOS TECNOLÓGICOS DE LA COMUNICACIÓN: Descripción de las nuevas tecnologías de comunicación e información. Uso de la informática, potencialidades del software. El paradigma cibernético: información, máquinas y organismos. Inteligencia artificial: fundamentos y programas de trabajo. Redes cognitivas y complejidad: La revolución cognitiva en marcha. Redes socio-técnicas y sistemas cognitivos. El hipertexto. Las interfaces. La red digital. Técnica, tecnología y política.

22. TEORÍA Y PRÁCTICA DE TELEVISIÓN: Los géneros televisivos: telenovelas, series, telecomedias, unitarios, periodísticos, de entretenimiento, humor, *talk show*, *magazine*, noticieros. El discurso televisivo. El pensamiento audiovisual. Imagen en movimiento. El guión: Formatos. La transposición. Encuadre, planos, movimiento de cámaras. Planos ritmos y recursos técnicos. La imagen electrónica y la imagen digital. La producción Nociones básicas de edición. La postproducción. Diseño de programación. Televisión abierta y por cable. Las nuevas tecnologías.

23. SEMIÓTICA AUDIOVISUAL: Cómo leer semióticamente la materialidad de las imágenes-movimiento fijas y dinámicas. Signos básicos de la imagen fija. Elementos de la imagen dinámica. Variaciones retóricas de uno o más contextos. Enunciación: enunciador, enunciatario, referente. Formaciones imaginarias. Problemas de recepción según el soporte audiovisual.

24. LEGISLACIÓN Y ÉTICA EN LA COMUNICACIÓN: Derecho a la información. Normas jurídicas sobre comunicación. El rol del Estado. Régimen jurídico de la publicidad. Derecho del consumidor. Derechos culturales. Diferencias en las normativas según los medios. Integración de la radiodifusión, la prensa y las telecomunicaciones. Marco regulatorio de las telecomunicaciones. Tendencias mundiales en materia de pluralismo informativo y controles antimonopólicos. Las leyes de prensa y radiodifusión en la Argentina. Diagnóstico de la situación normativa de la prensa, la radiodifusión y las telecomunicaciones. Los códigos de ética y valores en la práctica comunicacional.

25. ESTADO, PODER Y MEDIOS EN ARGENTINA Y LATINOAMÉRICA: La consolidación de los estados-nación a principios del Siglo XX. La propiedad de los medios masivos. Influencia de los medios en la conformación de los populismos americanos. El surgimiento de los medios audiovisuales, la política-espectáculo. Las dictaduras militares latinoamericanas y los medios. La función de los medios masivos en el afianzamiento del modelo neoliberal. Los conglomerados de medios o grupos multimedios.

26. PUBLICIDAD Y COMERCIALIZACIÓN: Historia y definición de la comercialización. Comportamiento de compra del consumidor. Las variables controlables de la comercialización. Las variables semicontrolables y las variables del entorno empresarial. Comercialización y estrategias de desarrollo. Técnicas de investigación de mercado y opinión pública.
La campaña publicitaria. Relevancia y pertinencia, análisis de mercados masivos, categoría de producto, relaciones marca/producto, tácticas y estrategias. Creatividad. El equipo creativo publicitario. Los formatos publicitarios. Gráfica: titular, *copy*, *slogan*, logotipo e isotipo. Conceptos básicos del diseño. Radio: características de la

Universidad Nacional de Salta
FACULTAD DE HUMANIDADES
Av. Bolivia 5150 - 4400 Salta
REPUBLICA ARGENTINA
Tel./FAX (54) (0387) 4255458

comunicación publicitaria radial. Producción publicitaria radial. TV: pensar un comercial, formatos de guión, formas de presentación internas: *story line* y guiones. Vía pública. Jingles.

27. INTERFAZ ARTE/TECNOLOGÍA: Virtualización. Modificaciones del sujeto, objeto, tiempo y espacio en las modernas poéticas tecnológicas. El proceso de producción artística: hibridación de medios códigos y lenguajes. El problema de la autoría. El poder del arte y el arte del poder: la máquina y los tópicos. Los fractales y el *computerhard*. Los devenires del cuerpo.

28. PROCESOS SOCIALES DE AMÉRICA: Etnohistoria: marco teórico y metodológico. La etnohistoria andina. Las sociedades estatales americanas. Etnohistoria andina: sociedad y economía en los Andes meridionales. Las estructuras socio-políticas andinas. La problemáticas de las fronteras culturales.

29. TEORÍAS DEL DESARROLLO CAPITALISTA: El capitalismo. Desarrollo y subsdesarrolo. Los países centrales y periféricos. Los contextos históricos en el desarrollo del capitalismo. El problema de la dependencia. Desarrollo y subdesarrollo en el contexto de América Latina. Capitalismo y globalización. Las expresiones y consecuencias del capitalismo en México, Brasil y Argentina.

30. TEORÍAS DE LA PERCEPCIÓN: El problema de la percepción en relación a los medios de comunicación. La automatización social de la percepción y el rol del arte. Neurofisiología y percepción, los modos de "producir la realidad". Las relaciones entre filosofía, inteligencia artificial y neurobiología: acerca de los tipos de mentes y hacia una teoría de la intencionalidad. La dimesión técnica de la "ecología cognitiva". La enunciación colectiva y los conocimientos en redes.

CUARTO AÑO

31. GESTIÓN Y DISEÑO DE POLÍTICAS EN COMUNICACIÓN SOCIAL: Historia y concepciones acerca de los procesos de planificación. De la planificación económica a la planificación cultural y comunicacional. Planificación normativa y planificación estratégica. El concepto de situación. Planificación y participación. Modelos de desarrollo y directrices de política. Las etapas del proceso de planificación: planes, programas, proyectos y metas. Viabilidad y factibilidad. La planificación y sus nuevos campos de aplicación: planificación institucional y comunicacional, planificación de imagen, planificación mediática. Comunicación y nuevos campos de aplicación: salud, política, educación. Formulación de políticas y diseño de estrategias.

32. SEMINARIO DE METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN Y TESIS: Epistemología de las Ciencias Sociales. Introducción a la investigación social. Ciencia, conocimiento e investigación. Elementos básicos del método científico. La investigación en ciencias sociales. Teoría y método. Metodologías, método y técnicas. Diseño de la investigación. Planes de trabajo. Trabajo de campo. Análisis y tratamiento de la información. Elaboración de datos. Procesamiento y análisis. La investigación en el proceso metodológico del trabajo social. La investigación empírica y sus vinculaciones con la investigación teórica, la investigación metodológica y la investigación práctica. El proceso de investigación: el diseño del plan; delimitación del objetivo; marco teórico y objetivos; elaboración de hipótesis; selección de la información; selección de las técnicas; información cualitativa; información cuantitativa.

Universidad Nacional de Salta
FACULTAD DE HUMANIDADES
Av. Bolivia 5150 - 4400 Salta
REPUBLICA ARGENTINA
Tel./FAX (54) (0387) 4255458

33. DISEÑO, GESTIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS: El proceso del planeamiento estratégico. El anteproyecto y los escenarios. Los soportes teóricos y metodológicos necesarios para el diseño e instrumentación. Los procesos de planificación, organización, gestión y evaluación de proyectos de carácter educativo-social, institucional y no institucional, formal y no formal.

34. TEORÍA Y PRÁCTICA DE CINE Y VIDEO: Especificidades del cine y el video. La filmación y el montaje. Lo analógico y lo digital. Estrategias de filmación y edición. Principales teorías sobre el cine y el video. Hacia una semiótica de la imagen en movimiento. La experimentación audiovisual.

35. TESIS: Producción de una tesis de acuerdo a las modalidades y reglamentaciones vigentes en la Facultad de Humanidades. La misma se realizará según la orientación elegida y de acuerdo con los lineamientos propuestos en el Seminario de Tesis y el proyecto de investigación elaborado conjuntamente con el director de tesis elegido.

9. RÉGIMEN DE CORRELATIVIDADES PARA CURSAR Y RENDIR

Asignatura	Para cursar	Para Rendir
	Regularizada	Aprobada
Materias de Segundo año	*Comprensión y Producción de Textos/ Prácticas Críticas*	*Comprensión y Producción de Textos/ Prácticas Críticas*
Introducción a la Investigación Periodística	*Teoría y Práctica de la Prensa Escrita*	*Teoría y Práctica de la Prensa Escrita*
Teoría y Práctica de Radio II	*Teoría y Práctica de Radio I*	*Teoría y Práctica de Radio I*
Semiótica Audiovisual	*Análisis del Discurso*	*Análisis del Discurso*
Práctica en Comunicación Comunitaria e Institucional	*Sociología*	*Sociología*
Teoría y Crítica de Espectáculos y Medios	*Semiótica General*	*Semiótica General*
Comunicación Popular y Alternativa	*Práctica en Comunicación Comunitaria e Institucional*	*Práctica en Comunicación Comunitaria e Institucional*
Teoría y Práctica de los usos tecnológicos de la comunicación	*Introducción a las Teorías de la Comunicación Social, Teoría y Práctica de Radio I, Teoría y Práctica de Fotografía y Teoría y Práctica de Prensa escrita*	*Introducción a las Teorías de la Comunicación Social, Teoría y Práctica de Radio I, Teoría y Práctica de Fotografía y Teoría y Práctica de Prensa escrita*
Teoría y práctica de Televisión	*Semiótica General*	*Semiótica General*
Semiótica Audiovisual	*Semiótica General*	*Semiótica General*
Semiótica de la Cultura	*Semiótica General*	*Semiótica General*
Estado poder y medio en la	*Sociología, Historia regional,*	*Sociología, Historia*

Universidad Nacional de Salta
FACULTAD DE HUMANIDADES
Av. Bolivia 5150 - 4400 Salta
REPUBLICA ARGENTINA
Tel./FAX (54) (0387) 4255458

Argentina y Latinoamérica	*Antropología Económica*	*regional, Antropología Económica*
Publicidad y Comercialización	*Semiótica Audiovisual y Semiótica de la Cultura*	*Semiótica Audiovisual y Semiótica de la Cultura*
Procesos Sociales de América III	*Historia Regional, Antropología Económica, Estado poder y Medios en la Argentina y Latinoamérica*	*Historia Regional, Antropología Económica, Estado poder y Medios en la Argentina y Latinoamérica*
Teoría del Desarrollo Capitalista	*Historia Regional, Antropología Económica, Estado poder y Medios en la Argentina y Latinoamérica*	*Historia Regional, Antropología Económica, Estado poder y Medios en la Argentina y Latinoamérica*
Gestión y Diseño de Políticas de Comunicación Social y Diseño, Gestión y Evaluación de Proyectos	Todas las materias de tercer año.	Todas las materias de tercer año.

10. EQUIVALENCIAS

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN Fac. de Humanidades – Sede Central	**TECNICO UNIVERSITARIO EN COMUNICACIÓN SOCIAL** Sede Regional Tartagal
Comprensión y Producción de Textos	Taller de Comprensión y Producción de Textos
Teoría y Práctica de Radio	Taller de Producción Radial
Sociología	Introducción a la Sociología
Idioma Extranjero	Laboratorio de Idioma
Semiótica General	Semiótica
Psicología Social	Psicología Social
Legislación y Ética de la Comunicación	Legislación de la Comunicación

Observación: otro tipo de equivalencias quedarán a criterio de la escuela que evaluará los contenidos de cada uno de los programas, para establecer la pertinencia de posibles equivalencias parciales.

Universidad Nacional de Salta
FACULTAD DE HUMANIDADES
Av. Bolivia 5150 - 4400 Salta
REPUBLICA ARGENTINA
Tel./FAX (54) (0387) 4255458

ANEXO II de la Resolución H.No. 943-05

Recursos requeridos

Las siguientes asignaturas ya se dictan en distintas carreras de la Facultad por lo que podrían dictarse, en principio, como extensión de funciones de los docentes a cargo de las mismas: Comprensión y Producción de Textos, Sociología, Prácticas Críticas, Historia Regional, Idioma Extranjero, Semiótica General, Antropología Económica, Instituciones y Grupos, Psicología Social, Semiótica Audiovisual, Procesos Sociales de América, Seminario de Metodología de la Investigación y de Tesis, Teorías del Desarrollo Capitalista.

Se requieren los siguientes cargos:

Primer año de implementación de la carrera

- Un (1) profesor adjunto con dedicación semiexclusiva y un (1) auxiliar de la docencia con dedicación semiexclusiva para **INTRODUCCIÓN A LAS TEORIAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL** con extensión a **TEORÍAS DE LA PERCEPCIÓN.**
- Un (1) profesor adjunto con dedicación semiexclusiva y un (1) auxiliar de la docencia con dedicación semiexclusiva para **TEORÍA Y PRÁCTICA DE RADIO I** con extensión a **TEORÍA Y PRÁCTICA DE RADIO II.**
- Un (1) profesor adjunto con dedicación semiexclusiva y un (1) auxiliar de la docencia con dedicación semiexclusiva para **INTRODUCCIÓN A LA INVESTIGACIÓN PERIODÍSTICA Y AL PERIODISMO DE OPINIÓN** con extensión a **TEORÍA Y PRÁCTICA DE PRENSA ESCRITA.**
- Un (1) profesor adjunto con dedicación semiexclusiva y un (1) auxiliar de la docencia con dedicación semiexclusiva para **TEORÍA Y PRÁCTICA DE FOTOGRAFÍA**

Segundo año de implementación de la carrera

- Un (1) profesor adjunto con dedicación semiexclusiva y un (1) auxiliar de la docencia con dedicación semiexclusiva para **ANÁLISIS DEL DISCURSO** con extensión en **SEMIÓTICA DE LA CULTURA.**
- Un (1) profesor adjunto con dedicación semiexclusiva y un (1) auxiliar de la docencia con dedicación semiexclusiva para **PRÁCTICA EN COMUNICACIÓN COMUNITARIA E INSTITUCIONAL** con extensión en **COMUNICACIÓN POPULAR Y ALTERNATIVA.**
- Un (1) profesor adjunto con dedicación simple y un (1) auxiliar de la docencia con dedicación simple para **TEORÍA Y CRÍTICA DE ESPECTÁCULOS Y MEDIOS.**

Tercer año de implementación de la carrera

- Un (1) profesor adjunto con dedicación semiexclusiva y un (1) auxiliar de la docencia con dedicación semiexclusiva para **TEORÍA Y PRÁCTICA DE TELEVISIÓN** con extensión en **TEORÍA Y PRÁCTICA DE CINE Y VIDEO.**
- Un (1) profesor adjunto con dedicación semiexclusiva y un (1) auxiliar de la docencia con dedicación semiexclusiva para **TEORÍA Y PRÁCTICA DE LOS**

Universidad Nacional de Salta

FACULTAD DE HUMANIDADES

Av. Bolivia 5150 - 4400 Salta
REPUBLICA ARGENTINA
Tel./FAX (54) (0387) 4255458

USOS TECNOLÓGICOS DE LA COMUNICACIÓN con extensión en **INTERFAZ ARTE/TECNOLOGÍA.**

- Un (1) profesor adjunto con dedicación semiexclusiva y un (1) auxiliar de la docencia con dedicación semiexclusiva para **LEGISLACIÓN Y ÉTICA EN LA COMUNICACIÓN** con extensión en **ESTADO, PODER Y MEDIOS EN ARGENTINA Y LATINOAMÉRICA.**
- Un (1) profesor adjunto con dedicación simple y un (1) auxiliar de la docencia con dedicación simple para **PUBLICIDAD Y COMERCIALIZACIÓN.**

Para el último año de implementación de la carrera

- Un (1) profesor adjunto con dedicación semiexclusiva y un (1) auxiliar de la docencia con dedicación semiexclusiva para **GESTIÓN Y DISEÑO DE POLÍTICAS EN COMUNICACIÓN SOCIAL** con extensión en **DISEÑO, GESTIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS.**

Prof. SUSANA INES FERNANDEZ
SECRETARIA
FACULTAD DE HUMANIDADES - UNSa

Lic. E. CATALINA BULJUBASICH
DECANA
Facultad de Humanidades - UNSa

UNIVERSIDAD NACIONAL DE SALTA - FACULTAD DE HUMANIDADES

943-05