



UNT



FACULTAD DE CIENCIAS
NATURALES
E INSTITUTO MIGUEL LILLO
UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUCUMÁN

" 1976-2026. 50 AÑOS POR LA MEMORIA,
LA VERDAD Y LA JUSTICIA. NUNCA MAS "

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUCUMAN

FACULTAD DE CIENCIAS NATURALES

CARRERA:	TÉCNICO UNIVERSITARIO EN DOCUMENTACIÓN Y MUSEOLOGÍA ARQUEOLÓGICA
ASIGNATURA:	FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA COMUNICACIÓN
CURSO:	1º AÑO
CICLO LECTIVO:	2026
CARGA HORARIA:	4 HS. SEMANALES (DOS HORAS TEÓRICAS Y DOS HORAS DE PRÁCTICA)
MODALIDAD:	ANUAL
PROFESOR ADJUNTO A/C:	Lic. RICARDO A. BOCOS
AUXILIAR DOCENTE:	Lic. CARLA REBELLATO
NUMERO DE COMISIONES:	1 (UNA)

1) INTRODUCCIÓN

El contenido de Fundamentos Teóricos de la Comunicación, asignatura correspondiente al primer año de la Carrera Técnico Universitario en Documentación y Museología se plantea como un espacio cuyo objeto específico de estudio es la Comunicación desde un punto de vista que conjuga las escuelas y teorías comunicacionales con algunos elementos prácticos de la Museología Arqueológica. Se abordan aquí las escuelas y teorías más importantes de los procesos comunicacionales para alcanzar una perspectiva omnicomprendensiva de los procesos de aprehensión del conocimiento. Al mismo tiempo, la particularidad de la Comunicación, como objeto de estudio, exige una reflexión constante sobre lo que las exigencias que los contenidos de la carrera construyen en el hacer y quehacer específico de la Museología.

Las herramientas brindadas por las materias Introducción a la Arqueología y Geología General permiten profundizar los conocimientos en los contenidos para dar comienzo al desarrollo de temas inherentes a la formación específica, que encontrarán su correlato práctico en el espacio curricular de segundo año, Estrategia de Comunicación. En todo momento se buscará transmitir a los alumnos una fuerte conciencia social que los haga extremar sus esfuerzos para producir cambios en la realidad actual, de manera que sean difusores y conservadores de todo lo relativo a



UNT



FACULTAD DE CIENCIAS
NATURALES
E INSTITUTO MIGUEL LILLO
UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUCUMÁN

" 1976-2026. 50 AÑOS POR LA MEMORIA,
LA VERDAD Y LA JUSTICIA. NUNCA MAS"

la documentación, conservación y archivo del patrimonio cultural arqueológico y antropológico. De esta manera se procurará que el alumno se comprometa con aquellas situaciones que le toca vivir y que su visión sea siempre desde los valores universales.

2) OBJETIVOS

Que los alumnos logren:

- Comprender el carácter disciplinar, interdisciplinar y transdisciplinar de la Comunicación.
- Desarrollar y adquirir habilidades para la comunicación
- Desarrollar el conocimiento y manejo de las teorías comunicacionales existentes.
- Adquirir habilidades de pensamiento crítico-reflexivo que le permitan abordar adecuadamente la realidad específica de su vocación, de manera que trabaje en promover y comunicar la preservación y conservación como factores fundantes de la Museología.
- Desarrollar actitudes de compromiso con la sociedad, desde una perspectiva de valores universales.

3) PROGRAMA ANALÍTICO

Se adjunta por separado.

4) METODOLOGÍA DE TRABAJO

- Clases teóricas y prácticas.
- Empleo de técnicas de análisis que lleven a la reflexión, al diálogo y a la transferencia de acuerdo con la realidad social.
- Trabajos grupales de interacción para el desarrollo de habilidades en la comunicación.
- Debate dirigido.
- Investigación bibliográfica.
- Elaboración de propuestas comunicacionales para museos.



UNT



FACULTAD DE CIENCIAS
NATURALES
E INSTITUTO MIGUEL LILLO
UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUCUMÁN

" 1976-2026. 50 AÑOS POR LA MEMORIA,
LA VERDAD Y LA JUSTICIA. NUNCA MAS"

6) MEDIOS Y RECURSOS

- Tiza y pizarrón.
- Medios audiovisuales, redes sociales y diversos elementos tecnológicos.
- Bibliografía general y específica.

7) PROGAMA TEÓRICO-PRÁCTICO

Unidad I

Trabajo Práctico 1: Comunicación personal, interpersonal y mediada.

Unidad II

Trabajo Práctico 2: Signos y su relación con el mundo. Signos en la museología.

Unidad III

Trabajo Práctico 3: Escuelas y teorías de la comunicación.

Trabajo Práctico 4: La industria cultural y su relación con la museología.

Unidad IV

Trabajo Práctico 5: Opinión pública como formadora de opinión.

Trabajo Práctico 6: Las agendas informativas y su relación con el museo.

Unidad V

Trabajo Práctico 7: Herramientas comunicacionales para instituciones, enfocado en el museo.

Trabajo Práctico 8: Comunicación y marketing.

Unidad VI

Trabajo Práctico 9: Los diferentes públicos y sus características.

Trabajo Práctico 10: Los públicos de museo. Encuesta en museos provinciales.

Unidad VII

Trabajo Práctico 11: La exposición como medio de comunicación.

Trabajo Práctico 12: Vivenciar y entender una exposición para comunicar en el museo.

Unidad VIII

Trabajo Práctico 13: La luz como factor de comunicación.

Trabajo Práctico 14: Reconocer y distinguir los agentes del deterioro de los objetos.



UNT



FACULTAD DE CIENCIAS
NATURALES
E INSTITUTO MIGUEL LILLO
UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUCUMÁN

" 1976-2026. 50 AÑOS POR LA MEMORIA,
LA VERDAD Y LA JUSTICIA. NUNCA MAS"

Unidad IX

Trabajo Práctico 15: Redacción de textos periodísticos y comunicacionales.

Trabajo Práctico 16: Los géneros periodísticos en la actualidad.

Trabajo Práctico 17: La voz, la respiración y la fonación.

Trabajo Práctico 18: Armado del guión radiofónico.

Trabajo Práctico 19: Puesta al aire de un programa radiofónico de la Facultad.

8) PROGRAMA PRÁCTICO

Al tratarse de una asignatura teórica, no existe un programa práctico sino trabajos prácticos que permiten aplicar lo enseñado a partir del programa teórico.

A lo largo del año 2026 se invitará a docentes e investigadores de la UNT a disertar sobre temas relacionados a la comunicación y los museos. Comprometieron su participación:

Mg. Pedro Arturo Gómez (Cine y museos).

Mg. Laura Moya (Públicos de museos).

Mg. Indalecio Sánchez (Redes sociales y museos).

9) DISTRIBUCIÓN DE LA CARGA HORARIA

ACTIVIDAD	HORAS
TEÓRICAS	50
TEÓRICA- PRÁCTICA	50
PRÁCTICA	-
TOTAL DE LA CARGA HORARIA	100

10) METODOLOGÍA Y ENSEÑANZA

Clases teóricas y prácticas.

Empleo de técnicas de análisis que lleven a la reflexión, al diálogo y a la transferencia de acuerdo con la realidad social.



UNT



FACULTAD DE CIENCIAS
NATURALES
E INSTITUTO MIGUEL LILLO
UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUCUMÁN

" 1976-2026. 50 AÑOS POR LA MEMORIA,
LA VERDAD Y LA JUSTICIA. NUNCA MAS"

Trabajos grupales de interacción para el desarrollo de habilidades en la comunicación.

Debate dirigido.

Investigación bibliográfica.

Diagnóstico y elaboración de propuestas comunicacionales para museos.

11) FORMAS E INSTANCIAS DE EVALUACIÓN

Momento	Instrumento	Criterios
Permanente (de proceso): Durante la teoría y las prácticas de aprendizaje.	Observación de actitudes y procedimientos. Cuestionarios orales. Trabajos prácticos. Parciales escritos. Presentación de trabajos finales.	Grado de manejo de las competencias lingüísticas y comunicativas. Dominio del contenido conceptual y correcta transferencia del contenido. Corrección en la emisión de su juicio crítico. Grado de compromiso con la realidad y la información cotidiana. Creatividad.

12) BIBLIOGRAFÍA

Arrieta Urtizberea, I. (2008) Participación ciudadana, patrimonio cultural y museos. Argitaipen Zerbitzua Servicio Editorial, País Vasco.

Barbero, J. (1993). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Ed. Gustavo Gilli, México.

Bocos, R. (Comp.) (2008). Aproximaciones al Periodismo. Ed. Facultad de Filosofía y Letras UNT, Tucumán.

Bocos, R. (Comp.) (2019). Zona de Periodistas. Ed. Facultad de Filosofía y Letras UNT, Tucumán.

Cameron, D. (1971). *El museo: ¿templo o foro?*. (Un texto fundacional para entender la comunicación museal).

Castells, M. (2009). Comunicación y poder. Alianza, Madrid.



UNT



FACULTAD DE CIENCIAS
NATURALES
E INSTITUTO MIGUEL LILLO
UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUCUMÁN

" 1976-2026. 50 AÑOS POR LA MEMORIA,
LA VERDAD Y LA JUSTICIA. NUNCA MAS "

-
- Colon Zelaya, E. (2005). Publicidad y hegemonía. Matrices discursivas. Grupo Norma, Colombia.
- Davallon, J. (1999). *L'exposition à l'œuvre: Stratégies de communication et médiation symbolique*. (Sobre cómo la exposición "fabrica" comunicación). La Republique, Nantes, Francia.
- Dayan, D. (1997). En busca del público. Gedisa, Barcelona.
- Eidelman, J.; Roustan, M.; Golstein B. (Comp) (2013) El museo y sus públicos. Ed. Ariel, CABA.
- Hernández Hernández, F. (2006). *Planteamientos teóricos de la museología*. Trea Ediciones, Madrid.
- Hernández Hernández, F. (2015). El Museo como espacio de Comunicación. Trea Ediciones, Madrid.
- Hernández Hernández, F. (2012). El patrimonio cultural: la memoria recuperada. Trea Ediciones, Madrid.
- Hooper-Greenhill, E. (1994). *Museums and their Visitors*. Routledge. (Referencia clave sobre pedagogía y comunicación).
- Lorente, J.; Almazán, D. (2003). Museología crítica y arte contemporáneo. Prensas Universitaria de Zaragoza, España.
- Miralles, A. (2002). Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana. Grupo Norma, Colombia.
- Orozco Gómez, G. (Coord.) (2006). Recepción y mediaciones. Grupo Norma, Colombia.
- Piscitelli, A. (2005). Internet, la imprenta del siglo XXI. Editorial Gedisa, Barcelona.
- Rinaldi, M. (2005). Iluminación de museos y exposiciones. Bases para el diseño. Museo Vizcara, Lima, Perú.
- Schmilchuk, G. (2012). *Públicos de museos, agentes de consumo y sujetos de experiencias*. DF, México.
- Schmilchuk, G. (2023). Museos: comunicación y educación. Centro Nacional de Investigación, Documentación e Información de Artes Plásticas. Coyoacán, México.
- Sierra, L. (2002). Globalización, multiculturalismo y comunicación. Paradojas y debates. En Diálogos de la Comunicación.



UNT



FACULTAD DE CIENCIAS
NATURALES
E INSTITUTO MIGUEL LILLO
UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUCUMÁN

" 1976-2026. 50 AÑOS POR LA MEMORIA,
LA VERDAD Y LA JUSTICIA. NUNCA MAS"

Verón, E. (1987). Construir el acontecimiento. Barcelona, Gedisa.

Vinent Cárdenas, M.; Martín Piñol, C.; Gustems Carnicer, J. (Museos y modelos de comunicación.

Zavala, L. (2011). Antimanual del museólogo. Hacia una museología de la vida cotidiana. UNAM, México.

Sitios web consultados:

<http://saia.uft.edu.ve/ead/mod/book/view.php?id=298284>

<http://saia.uft.edu.ve/ead/mod/book/view.php?id=298284>



UNT



FACULTAD DE CIENCIAS
NATURALES
E INSTITUTO MIGUEL LILLO
UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUCUMÁN

" 1976-2026. 50 AÑOS POR LA MEMORIA,
LA VERDAD Y LA JUSTICIA. NUNCA MAS"

3) Programa Analítico

FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE LA COMUNICACIÓN

Año 2026

Adjunto a/c de Cátedra: Prof. Ricardo Bocos

Auxiliar docente: Lic. Carla Rebellato

Unidad I. La Comunicación

Definición. Tipos. Modelos del proceso de comunicación. La fidelidad en la comunicación. Determinantes del efecto. La comunicación como contexto personal. La comunicación interpersonal. Sistemas sociales y matrices de la comunicación. Maneras de pensar la comunicación. Formas: directa y mediada. Lo no verbal. La comunicación institucional. Lenguajes de la comunicación mediática.

Unidad II. Los signos

El signo lingüístico. Relaciones presentes y relaciones ausentes. Ferdinand de Saussure. Significante y significado. Relaciones presentes y relaciones ausentes. Charles S. Peirce. La semiótica. Relación y objeto: ícono, índice, signo. Roland Barthes. La Semiología. El enunciado y la enunciación. Emisor y destinatario. Interrogación, intimación y aserción.

Unidad III. Teorías y Escuelas de Comunicación.

Pioneros en el estudio de la comunicación social. Mass Communication Research: Teoría de la Aguja Hipodérmica, Teoría de la Persuasión, Teoría de los Efectos Limitados. La Escuela de Frankfurt. Los medios masivos como industria cultural. El receptor. Corriente de Usos y Gratificaciones. Estudios culturales Ingleses. Los Estudios Culturales: una teoría material de la cultura. Los estudios culturales en la actualidad.

Unidad IV: Opinión Pública

La Opinión Pública. Definiciones y orígenes históricos. Transformaciones sociales en la Modernidad temprana: Espacio público y crítica en el siglo XVIII. Del "periodismo de escritores" a la "prensa negocio". Críticas al paradigma del periodismo



UNT



FACULTAD DE CIENCIAS
NATURALES
E INSTITUTO MIGUEL LILLO
UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUCUMÁN

" 1976-2026. 50 AÑOS POR LA MEMORIA,
LA VERDAD Y LA JUSTICIA. NUNCA MAS"

informativo. La influencia de los medios o la teoría de la "agenda setting". El auge de los sondeos de opinión y la postura de Pierre Bourdieu.

Unidad V. Comunicación Institucional

Introducción a la Comunicación Institucional. Definición de Comunicación Institucional. Tipos de comunicación que se pueden utilizar en las organizaciones. Comprender la lógica de la comunicación Institucional, sus fines y objetivos. Conocer las herramientas de Comunicación Institucional más utilizadas. Comunicación global de la organización. Diferencias y similitudes con la comunicación comercial. Comunicación Institucional interna y externa. Herramientas de Comunicación Institucional. Las acciones institucionales.

Unidad VI. Comunicar a los público.

Definición y tipos de públicos. Determinación de los públicos. Características demográficas y socio-económicas determinadas. Público interno (relación laboral). Público externo (clientes, proveedores, prensa, comunidad, gobierno, medios educativos). Público mixto. La importancia de las Relaciones Públicas.

Unidad VII. Comunicar en una exposición.

Las dificultades de comunicar contenidos. Las formas de mostrar a lo largo del tiempo. La evolución del término Exposición. Modelos de exposición. El rol de las exposiciones. Factores que intervienen en el diseño y desarrollo del mensaje expositivo. La exposición como medio de comunicación. El visitante. Las distintas formas de vivenciar y entender una exposición. El Marketing como estrategia comunicacional.

Unidad VIII. Comunicar con la iluminación.

La iluminación museográfica. Características. Fuentes de luz en las Exposiciones como medio de expresión. Tipos de iluminación. La luz como factor de alteración de los objetos. Colores, formas, texturas. Conservación preventiva. Prevenir los agentes de deterioro: físicos, químicos, biológicos, humano.

Unidad IX. Comunicar lo nuestro.

La noticia, elementos constitutivos y el género periodístico informativo. La Escuela Tradicional Norteamericana. Elementos para la valoración del acontecimiento. Técnicas de realización (lead, cuerpo de la información). Pautas generales de



UNT



FACULTAD DE CIENCIAS
NATURALES
E INSTITUTO MIGUEL LILLO
UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUCUMÁN

" *1976-2026. 50 AÑOS POR LA MEMORIA,
LA VERDAD Y LA JUSTICIA. NUNCA MAS* "

redacción. Formatos básicos de redacción periodística, noticia, noticia breve, crónica. Ordenamiento lógico o cronológico de la información. Armado de gacetillas de prensa. La redacción de material de promoción y difusión para el museo. Las redes sociales y la web como aliados estratégicos en la comunicación.