



## **Facultad de Periodismo y Comunicación Social**

Tecnatura en Comunicación Popular

Plan de Estudios 2013

## Facultad de Periodismo y Comunicación Social

Plan de Estudios Año 213

Carrera: **Tecnatura en Comunicación Popular.**

Título que otorga: **Técnico Superior en Comunicación Popular.**

Modalidad: Presencial

Duración: 3 años



### ÍNDICE

<b>Introducción</b>	<b>Página 3</b>
<b>Objetivos de la formación</b>	<b>Página 5</b>
<b>La comunicación popular y sus aportes al campo de la comunicación en América Latina</b>	<b>Página 7</b>
<b>Perspectiva comunicacional y política</b>	<b>Página 9</b>
<b>Horizonte de formación: hacia un perfil del profesional</b>	<b>Página 14</b>
<b>Alcance del títulos y competencias profesionales</b>	<b>Página 16</b>
<b>Áreas de desempeño</b>	<b>Página 16</b>
<b>Condiciones de ingreso</b>	<b>Página 17</b>
<b>Estructura curricular</b>	<b>Página 17</b>
<b>Organización de la estructura curricular</b>	<b>Página 17</b>
<b>Espacio de la práctica integradora</b>	<b>Página 19</b>
<b>Asignaturas por áreas y espacio de la práctica integradora</b>	<b>Página 22</b>
<b>Distribución de la carga horaria por área y práctica integradora</b>	<b>Página 23</b>
<b>Carga horaria anual según áreas curriculares</b>	<b>Página 24</b>
<b>Materias y espacios curriculares</b>	<b>Página 25</b>
<b>Equivalencias</b>	<b>Página 26</b>
<b>Descripción de contenidos mínimos</b>	<b>Página 28</b>
<b>Carga horaria, régimen de cursada y plan de correlatividades</b>	<b>Página 42</b>

## Introducción

La sanción e implementación de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (SCA) inaugura en nuestro país un nuevo escenario cultural y político, que promueve una ampliación profunda del estado de derecho. Este nuevo escenario no sólo significa un recorte al poder monopólico de los grandes medios masivos de comunicación organizados en empresas multimediales. Además, constituye una oportunidad histórica para que diferentes sectores de la sociedad accedan a espacios de producción de comunicación potenciando procesos democráticos de participación, inclusión, equidad y reconocimiento de las tradiciones, nutriendo desde la diversidad los sentidos que puede producir una sociedad cuando se mira y se piensa a sí misma.

Se trata de potenciar la diversidad de discursos y perspectivas para multiplicar las voces, las opiniones y posiciones, las condiciones de producción y reconocimiento de los medios, los mensajes y las posibilidades de significar. Es decir, practicar libre y democráticamente la comunicación para romper con la uniformidad de la agenda temática y las posturas ideológicas legitimadas por el poder mediático concentrado.

No es posible imaginar una democracia real con monopolios mediáticos, ya que la multiplicidad de voces es imprescindible para implementar y hacer respetar los derechos para todos. En éste marco, la nueva ley considera a la comunicación en cualquiera de sus soportes como una actividad social de interés público, de carácter esencial para el desarrollo sociocultural de la población, por el que se exterioriza el derecho humano inalienable de expresar, recibir, difundir e investigar informaciones, ideas y opiniones sin ningún tipo de censura.

Al mismo tiempo, la Ley reconoce un proceso histórico de organización y lucha de múltiples actores que han militado la necesidad de democratizar el acceso a los medios y a la producción de contenidos como un modo de potenciar el acceso a la cultura.

Por esto, la Ley de SCA es producto de un amplio consenso construido a lo largo de muchos años que integra múltiples actores sociales: estudiantes, docentes y alumnos de diversas Universidades; sindicatos de trabajadores de la comunicación, periodistas, técnicos, locutores, actores, directores, trabajadores del espectáculo; organismos de Derechos Humanos; agrupaciones de intelectuales y de organizaciones de desocupados; radios comunitarias y pequeños radiodifusores.

Esta Ley tiene fuertemente en cuenta a las organizaciones sociales sin fines de lucro, a las que la ley de la dictadura no les permitía ser licenciataria de medios. Además defiende la redistribución de la propiedad de medios audiovisuales entre partes iguales: el Estado, instituciones de la sociedad civil y empresas privadas. Se recupera la bandera y la perspectiva del espectro radioeléctrico como recurso natural de carácter limitado, que constituye un bien de dominio público sobre el cual el Estado ejerce su soberanía. La administración del espectro radioeléctrico corresponde al Estado Nacional, y es su obligación intervenir para que el acceso a la información y a los medios no quede sujeto a las leyes de un mercado salvaje y concentrado.

Pero este escenario para el que trabaja la nueva ley de servicios de comunicación audiovisual, está además configurado por un conjunto de otras políticas sociales que pretenden recuperar el rol del estado en la conducción de un proyecto nacional y popular, produciendo transformaciones profundas en la distribución equitativa e igualitaria del acceso a la cultura y la riqueza. Se trata en definitiva de volver a pensar en los ciudadanos de la Nación como sujetos plenos de derechos, reconociendo su capacidad de organización para producir colectivamente redes sociales de contención y transformación que profundicen la democracia. Cada una de las leyes impulsadas y las decisiones tomadas desde el gobierno nacional en los últimos años, legitiman esta perspectiva que se ha ido definiendo como un modo particular de producir la política como herramienta clave para la asociación y la transformación colectivas.

A este conjunto de definiciones locales, América Latina en su conjunto ha sumado una voluntad de integración inédita en la historia de los países de la región, que obliga a redoblar los esfuerzos por la defensa de la soberanía de los pueblos sobre la base del respeto por las tradiciones y las diferencias y el reconocimiento de la igualdad de derechos como camino para la inclusión.

En este contexto de profundas transformaciones de la cultura, la sociedad y la política, la Universidad debe necesariamente volver a debatir sobre su misión político-educativa, y reconocer los nuevos trabajos a los que está siendo convocada para fortalecer cada uno de los procesos activados, sin perder su espíritu crítico y su capacidad de producir conocimiento original.

Reconociendo su protagonismo histórico en estas tradiciones, debates y transformaciones, y asumiendo su profundo compromiso político de cara al futuro con todo lo que es necesario fortalecer y seguir construyendo, la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la

Universidad Nacional de La Plata propone crear una nueva carrera de grado que permita contener y fortalecer las demandas y posibilidades para la gestión popular de la comunicación que se abren en este nuevo escenario.

Esta decisión dialoga profundamente con el contexto actual, pero se fundamenta en una tradición vasta y diversa de prácticas comunitarias de comunicación que han nutrido numerosos proyectos políticos a lo largo de décadas. Estos proyectos han ido transformando no sólo los modos de producción específicos de las culturas a lo largo de todo el continente latinoamericano, sino que además, han permeado toda la vida académica dando lugar a formas específicas de lo institucional, comprometidas con la democratización de la palabra, los sentidos y sus condiciones de producción y circulación.

La Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP ha sido parte protagónica de una tradición de largo alcance donde las prácticas y los saberes se cruzan y potencian, y que hoy podemos reconocer como un profundo proceso histórico que se inicia con la militancia político académica por dotar de voz a los sin voz, y alcanza en nuestro tiempo a la consagración de la comunicación como un derecho humano.

En el reconocimiento histórico del desarrollo del campo popular de la comunicación y la cultura, la FPyCS de la UNLP encuentra su principal fundamento político y académico para dialogar con los escenarios actuales y producir una oferta de formación específica que contenga las diversas demandas de profesionales para la gestión popular de procesos y medios de comunicación y promueva la profundización de la democratización de la comunicación.

## **Objetivos de la formación**

El desafío de la Tecnatura en Comunicación Popular es poner en diálogo el conjunto de prácticas y saberes construidos históricamente en el campo de la comunicación popular con las necesidades, demandas y posibilidades que requieren los nuevos escenarios de producción de la comunicación. En este sentido, esta propuesta educativa de formación universitaria se traza los siguientes objetivos:

- **Poner en acción la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.** Asumir el potencial de la nueva Ley de SCA para la re-organización del campo popular diseñando estrategias de intervención desde la comunicación que permitan pensar en los desafíos y las oportunidades para producir una transformación estructural de la trama comunicacional mediática. La Ley de medios es una herramienta ideológica que debe ser dotada de sentido político en la práctica.

- **Reconocer los nuevos modos de configuración, emergencia y devenir de lo popular.** Lo popular no está recortado en un espacio social específico de la cultura, sino que es un modo de producir sentido sobre/en la cultura. En este sentido, es preciso partir al menos de un primer reconocimiento de época sobre lo popular que lo desplace de la idea de resistencia / subalternidad. Lo popular como proceso político también puede asumir formas hegemónicas al participar de un modo activo de lo público.

- **Refundar el vínculo entre lo mediático y lo público.** Es necesario co-producir nuevos vínculos entre el espacio de lo público y el mediático, vínculos cuyas lógicas no estén estrictamente atadas a las del mercado, sino que reconozcan otros espacios de producción de identidades, participación, organización y empoderamiento. Se trata de una co-producción porque este desafío contiene otros imprescindibles como los vínculos entre la universidad y los sectores populares, los saberes académicos y las prácticas sociales, y la diversidad cultural y el respeto por las tradiciones.

- **Aportar en la recomposición del tejido social.** En la medida que emergen nuevos sentidos sobre lo popular toma visibilidad una posibilidad histórica: la de refundar el lazo social sobre la base de un nuevo consenso democrático, un consenso que pone en el centro del debate al conflicto como espacio clave de articulación. La comunicación debe desplegarse hacia este horizonte, generando condiciones de expresión / acción que permitan no sólo hacer oír otras voces sino hacer actuar otros sujetos (individuales y colectivos).

- **Actualizar y dinamizar el debate en torno al diseño de las políticas públicas.** Las políticas públicas deben asumir una dimensión comunicacional desde una perspectiva popular, entendiendo que la escena social en la que intervienen está dotada de nuevos sentidos y posibilidades de asociación y organización. En los puntos de salida y en los de llegada de las políticas públicas, es imprescindible la acción permanente de medios de comunicación que

trabajen en una perspectiva popular. Es preciso hacer de la comunicación una política pública y no sólo comunicación de las políticas públicas

- **Reconstruir la figura del comunicador popular.** Se configura de este modo un nuevo comunicador que no se identifica tanto con su saber profesional individual, sino con su capacidad colectiva para actuar e intervenir. El comunicador popular es un trabajador integral, donde su cosmovisión no se produce únicamente a partir de la diversidad de contenidos aprehendidos, sino fundamentalmente en su potencial para producir la integración con otros, reconocer y potenciar procesos de identificación, alteridad y empoderamiento, y transformar permanentemente las condiciones que hacen posible la comunicación popular.

- **Crear nuevos modos de producción y de legitimación de conocimiento.** Resulta indispensable que los comunicadores populares reconozcan otros modos de producción del conocimiento social, para poner en valor y legitimar miradas, actores y proyectos silenciados históricamente, y recuperar tradiciones y memorias que fueron corridas hacia los márgenes de las culturas durante décadas de expropiación violenta de los valores autóctonos. No se trata sólo de reconocer estos otros modos de producir conocimiento, sino de integrarlos para que constituyan una parte central de las dinámicas de producción de la comunicación.

## **La comunicación popular y sus aportes al campo de la comunicación en América Latina**

Resulta imposible hablar del campo de la Comunicación Social en América Latina sin hacer referencia a la *comunicación popular* que, parafraseando a Paulo Freire, es la dimensión comunicacional del trabajo político liberador.

*Comunicación popular* es un modo político académico de nombrar prácticas y procesos emancipatorios en los cuales la comunicación asume unas lógicas de intervención política que en cada década ha funcionado de manera estratégica en orden a objetivos previos ya sea proveniente de movimientos político sociales, político culturales y político económicos.

Para María Cristina Mata hay algunos trayectos históricos de la comunicación popular que son insoslayables: El valor de pronunciar la palabra y expresar la voz, que ha sido siempre una dimensión central; la expresión de un conflicto de naturaleza política que contribuye a la movilización de los sectores populares en el sentido de la construcción de poder; las modalidades en que las palabras acalladas y excluidas podían hacerse audibles (medios, técnicas, espacios de comunicación).

Hace ya dos décadas, Jesús Martín-Barbero se refería a la *comunicación popular* cuya eficacia no se halla delimitada primordialmente por los medios sino por el contexto de intereses que representa (Martín-Barbero, 1989). Es indudable que la *comunicación popular*, desde sus comienzos, ha aludido a las articulaciones comunicacionales de los sectores populares con los proyectos políticos de transformación. Comunicación popular implica hablar de movimientos sociales y de proyectos políticos, dice Barbero, “porque hay experiencias de procesos de comunicación popular puestos en marcha desde arriba y al contrario, procesos que arrancaron de la base” (Barbero, 1989: 143). Barbero señala que para hablar de comunicación popular, por tanto, es necesario hacer referencia a *política cultural*.

Durante el período neoliberal hubo un saqueo cultural: nos robaron hasta el lenguaje y le dieron otro sentido; de ese modo, “comunicación popular” significó comunicación primitiva, rudimentaria, para pobres, gestionada por el “tercer sector”. En cierto modo, su sentido fue despolitizado, salvo por las prácticas de movimientos sociales representativos de la horizontalidad del sujeto político. Pese a todo, a principios del siglo XXI (según alertó Ernesto Laclau) se experimentaba el peligro de la esterilidad del crecimiento de “lo popular” sólo en un sentido horizontal, sin articularse con proyectos “verticales” provenientes del Estado.

En la segunda década del siglo XXI vivimos una nueva etapa de la denominada “comunicación popular”. Al ritmo del crecimiento material e imaginario de la “sociedad de la información y el conocimiento”, se hace evidente el inusitado crecimiento del campo de la comunicación popular en nuestra sociedad, a la vez que su resignificación. Un crecimiento que se relaciona no sólo con múltiples y variadas experiencias y prácticas, vinculadas con medios comunitarios y populares, movimientos sociales, organizaciones públicas, espacios educativos sociales, sino con las



inquietudes por abordar epistemológica y teóricamente, en las nuevas coordenadas, un campo residual que emerge con fuerza y nuevos sentidos en el momento actual.

Además, la sanción de la Ley de Servicios Audiovisuales modifica sustancialmente el panorama de la comunicación. No sólo en relación con los medios de comunicación, sus estructuras de poder y propiedad, sino que también abre un nuevo escenario en el que emergen nuevos actores y se despliegan nuevas acciones vinculadas con proyectos de comunicación.

Hay nuevas posibilidades para volver a imaginar los sentidos de la transformación. Y en este desafío, la comunicación tiene una invitación especial. Los comunicadores de hoy no pueden atravesar trayectos de formación pensados en otras épocas, y reproducir en sus prácticas profesionales repertorios de acción imaginados para otros contextos. Los tiempos de hoy son otros tiempos, y exigen pensar en otros comunicadores.

El que ahora se vuelve imprescindible es un comunicador capaz de recuperar el sentido estratégico de su acción, dónde además de su técnica pueda desplegar su sensibilidad, sus convicciones y su compromiso. Se trata de profundizar en las cualidades profesionales y humanas, además de sus herramientas y aptitudes.

## **Perspectiva comunicacional y política**

Perspectiva comunicacional quiere decir para qué la comunicación. Y la pregunta no revela una preocupación por el sentido académico o profesional, sino por los desafíos políticos y sociales. Se trata de pensar a la comunicación como un territorio de disputas: parafraseando a Foucault, podríamos decir *que la comunicación no es simplemente aquello que traduce las luchas o los sistemas de dominación, sino aquello por lo que, y por medio de lo cual se lucha, aquel poder del que quiere uno adueñarse.*

La sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y su inminente implementación dan cuenta de un avance en las regulaciones de un marco normativo, pero también, y fundamentalmente, del reconocimiento de un conjunto de transformaciones estructurales que se dieron en las últimas décadas, y que afectaron de manera significativa el mapa de problemas,

desafíos y necesidades de la comunicación como espacio académico y práctica profesional específicos.

La discusión y el debate en torno a la Ley ponen en evidencia que la clave principal es la de producir un aporte significativo en el trazado de un proyecto de país más justo y equitativo. Este sentido sobre el que trabaja la Ley pone de relieve una mirada particular sobre la comunicación, otorgándole el status de herramienta política estratégica para la transformación.

Es por esto que la perspectiva comunicacional que atraviesa y sedimenta esta propuesta no puede solamente asumir los desafíos que la nueva Ley impone en un sentido profesional y académico, sino que debe desplegar un potencial crítico que permita aportar significativamente en el proceso de elaboración política y social de un nuevo modelo de país.

**Pensamos entonces a la comunicación asociada a dos conceptos clave como territorio y lucha, implica poner en el centro de la reflexión a *los actores* que en esos territorios diversos, fragmentados y en permanente tensión, llevan adelante sus múltiples luchas por la justicia social.** Esta mirada comunicacional recupera la perspectiva de los actores, reconoce la necesidad de aportar conocimiento para el fortalecimiento de la acción colectiva, y pretende construir un mapa propio en el camino de la emancipación.

Esta concepción no le pide a la comunicación simplemente ideas y proyectos, o crítica y reflexión. Le pide fundamentalmente trabajo. En la medida que un nuevo contexto de necesidades y posibilidades se abre y reconoce a la comunicación su espacio clave de acción, lo primero que hace falta definir y decidir es la tarea: la comunicación está siendo llamada al trabajo. En los diversos y flexibles órdenes que tanto el Estado, como el mercado y la sociedad civil configuran, son los trabajos de la comunicación los que deben aportar su especificidad para hacer y reconocer la diferencia.

Los desafíos que deben asumir los trabajos de la comunicación no alcanzan únicamente a los trabajadores profesionales de la comunicación, sino al conjunto de la sociedad, en la medida que siempre alguna dimensión comunicacional se pone en juego tanto en el diseño de políticas públicas, en la gestión de procesos institucionales y en la ejecución de estrategias de desarrollo. Proponemos agrupar el conjunto de estos desafíos en tres líneas iniciales:

- Imaginar libremente el mundo que deseamos (la idea-necesidad)
- Disponer de las herramientas para interpretarlo y narrarlo (el proyecto-la palabra)
- Diseñar las estrategias para situar(lo/se) en el espacio común. (la acción- transformación)

Lo dicho anteriormente nos hace pensar que la comunicación no se vuelve estratégica solamente en el diseño de contenidos. No hay que cambiar solamente los contenidos que circulan, hay que transformar también las pautas de circulación y las estrategias de gestión de la palabra.

**No hay que perder de vista la mirada estratégica. Los comunicadores tienen que aprender a gestionar medios sustentables: si el contenido es la táctica, que se ajusta a la demanda coyuntural, la estrategia es la gestión, que permite articularse en lo estructural, y sostener en el tiempo no sólo una institución mediática, sino una práctica de transformación específica desde el espacio comunicativo.**

La carrera de los contenidos no puede opacar u ocluir la necesidad de reflexionar sobre el nuevo tipo de gestión de medios que impondrá esta lógica expansiva asociada con las *nuevas tecnologías* y un nuevo marco regulatorio. No se trata sólo de llenar espacios con aquello que tenemos para decir, sino de estructurar canales que perduren en sus modos de habilitar la articulación entre las voces hegemónicas y las emergentes.

El trabajo de apertura de los medios de comunicación y la creación y fortalecimiento de redes comunicativas alternativas al proyecto dominante, que ahora tienen sustento en una ley, debe ir acompañado de un desmontaje crítico de los dispositivos, discursos y mecanismos que naturalizan la exclusión y expropiación la posibilidad de la palabra a los seres comunes.

#### *Perspectiva política para la acción*

De la cantidad de elementos novedosos que pueden dar cuenta de cómo se han transformado las condiciones actuales para la formación de comunicadores y su desempeño profesional, hay dos que resultan centrales en la reflexión y el debate que se propone. La primera está relacionada con el fortalecimiento de las políticas públicas destinadas al fomento de la producción de

conocimiento científico y tecnológico en general, y que atañen de un modo positivo particular a los múltiples movimientos que se dan hacia el interior de las Universidades Públicas. La segunda, refiere a la necesidad de prever y anticipar el impacto que la Ley de Servicios Audiovisuales tendrá sobre el espacio de la comunicación. Si bien pertenecen a campos diferentes, en nuestro caso estos dos elementos se conjugan y encuentran un punto en común clave para el debate propuesto: ambos ponen el énfasis en la acción.

Se trata de procesos que han puesto en movimiento estructuras, actores y vínculos que durante muchos tiempo habían permanecido estables, e incluso algunos habían sido vaciados de contenido. Lo que se recupera es la sensación de movimiento, y con ellos, la acción emerge como la principal forma de canalizar todo aquello que ahora permiten y/o habilitan.

En este contexto, atravesado por estas condiciones, es preciso volver a pensar y pensarnos como comunicadores. Esto implica definir un nuevo/otro perfil, pero también ser conscientes que al mismo tiempo, esta definición contendrá fuertes ideas sobre un modelo de Universidad y educación pública; y una visión sobre la comunicación, los medios y el poder, que dará cuenta de nuestras estrategias de intervención.

**Por todo esto, la línea principal que aquí se propone reconoce la necesidad de formar comunicadores con gran compromiso con los procesos de transformación de la realidad, que puedan asumir una posición política respecto a los procesos de comunicación social y de circulación y producción de la información; y que puedan proponer y protagonizar estrategias de comunicación orientadas a profundizar las transformaciones sociales, políticas, económicas y culturales que desde el Estado se proponen, dando contenido a un nuevo modelos de País que reorganiza el presente, reconfigurando de este modo los escenarios y espacios de intervención de los profesionales de la comunicación.**

Como hemos dicho, este presente se estructura en relación con un contexto político particular, que refleja la defensa de un modelo de organización del Estado y las políticas y que expresan una clara definición respecto de las políticas culturales en general, y de las de comunicación y educación superior en particular.

Si bien en cada uno de estos ejes mencionados no son equiparables respecto a la magnitud o el grado de transversalidad de sus propuestas, sí delimitan la articulación que sitúa a las carreras de comunicación en una coyuntura singular, en la que pone de manifiesto la necesidad de revisar los procesos de formación.

La política de educación superior ha generado un contexto de incentivo a la investigación y el desarrollo de tecnologías, así como el desarrollo de iniciativas que potencian las experiencias de articulación de las Universidades con la Comunidad, destinando recursos concretos de fortalecimiento de las áreas de extensión en las distintas unidades académicas, generando oportunidades de diseñar procesos de investigación y producción de conocimiento cada vez más articulados con la sociedad, creando nuevos contextos de enseñanza a partir de procesos de integración en las prácticas sociales de comunicación. Esto permite desplegar herramientas de investigación y producción de conocimiento en comunicación.

Por otro lado, la sanción y aplicación de la ley de Servicios de Comunicación Audiovisual da forma no solo a los escenarios de desempeño del rol profesional, sino también a las herramientas con que cuenta para crear y gestionar procesos de comunicación social.

De este modo, los profesionales necesitan hacer lecturas de la realidad en términos de comunicación, que les permita una profunda conexión con su presente para producir y gestionar los procesos de comunicación.

Los procesos de transformación que los comunicadores asuman con responsabilidad política deben ser aquellos que tiendan a:

- **Recuperar el rol del estado** en la definición de políticas de desarrollo, distribución de los recursos, valoración de los discursos y las formas simbólicas.
- **Reconstruir el tejido social** que encuentra en la gestión social de los vínculos espacios de fortalecimiento para la acción colectiva.
- **Superar la tensión público-privado** asumiendo que los intereses particulares están contenidos dentro de la protección del bien común.

Nuestra sociedad se encamina hacia un proceso de reconstrucción del tejido social desarticulado en las últimas tres décadas. La reconstrucción de ese tejido es una lucha cultural y política permanente que está atravesada por relaciones de poder, distribución de la riqueza, y posibilidades de acceso a la palabra y los discursos. El comunicador que formamos tiene que asumir la condición de esta época y ese debe ser su mayor compromiso. En este sentido, debe trabajar desde la comunicación para operar activamente en este proceso de reconstrucción: diagnosticando procesos de segmentación, desigualdad y exclusión que se profundizan mediante la puesta en circulación de discursos estigmatizantes, y que se amparan en condiciones materiales específicas.

El comunicador debe estar preparado para intervenir y desmontar estas formaciones discursivas que atentan contra la reconstitución del tejido social. Esto implica poder pensar la práctica del comunicador en la clave de la acción política, que articula no sólo con medios de comunicación y/o soportes, sino fundamentalmente con actores, instituciones y formaciones discursivas.

La **recuperación de la perspectiva histórica** es en este sentido una clave del diseño de la nueva propuesta de definición del perfil del graduado, porque es una de las condiciones políticas de este momento actual. Para lo anterior (puntos a-b-c), es necesario formar comunicadores con perspectiva histórica, no sólo para el dominio de información respecto de los acontecimientos del pasado, sino fundamentalmente para la recuperación de un tiempo extenso, histórico, diferenciado, que nos permita romper con la lógica neoliberal del presente continuo y/o hiper presente. Recuperar el dominio del pasado como una estrategia para recuperar la capacidad de proyectar colectivamente. Para pensar en nuevos marcos sociales de gestión del poder, es necesario contemplar la articulación entre la macro y la micropolítica.

En este contexto, resulta crucial reclamar por la gestión de los medios para volver a poner a los medios en el medio. Pero no a la corporación mediática, con su industria oligopólica que fabrica mitos como verdades y las vende en el mercado de la economía política global. Poner a los medios en el medio, como espacios clave de democratización de la palabra y profundización de la construcción de identidades locales/ regionales /nacionales. Poner a los medios en el medio para recuperar la diversidad, y el valor de sus expresiones como modo de distribución simbólico de la palabra en una cultura enmudecida por los silencios de la linealidad multimedia.

Es necesario asumir una nueva mirada sobre lo público, que rompa con la creencia de que cuando surgen los límites a los intereses individuales es porque deben subordinarse a un interés superior. Debe emerger una nueva cultura que asuma que el interés superior siempre expresa y contiene al interés particular, constituyendo así una verdadera supremacía del lazo social. Y el lazo social se fortalece en la medida que la comunicación circula y se constituye en negociación, acuerdo y consenso.

### **Horizonte de formación: hacia un perfil del profesional**

El objetivo principal de la propuesta de formación de la Tecnatura en Comunicación Popular es contribuir al desarrollo de identidades profesionales con un alto compromiso humano, político y social, que se integren con pertinencia técnica en procesos de democratización de la comunicación social.

**El graduado de la tecnicatura es concebido como un trabajador de la comunicación, dispuesto contribuir con su desempeño en los procesos de transformación social,** desarrollando saberes y herramientas técnico-creativas que aporten al fortalecimiento de los espacios de comunicación popular y la producción de contenidos audiovisuales que promuevan condiciones de equidad y justicia social.

El Técnico Superior en Comunicación Popular estará en condiciones de:

- Recuperar valores, prácticas y modos de expresión de los sectores populares latinoamericanos para diseñar y gestionar procesos de comunicación y organización de medios.
- Participar en el diseño y gestión medios de comunicación que se integren a los procesos de organización popular.
- Proyectar y gestionar medios que se adecuen a las necesidades locales y desarrollar acciones de sostenibilidad de los mismos.

- Producir contenidos de comunicación que expresen, fortalezcan y desarrollen las identidades populares latinoamericanas.
- Intervenir en programas y proyectos de comunicación popular en movimientos y organizaciones sociales.
- Intervenir en la proyección comunicacional de políticas estatales tendientes a la redistribución y el reconocimiento sociocultural.
- Implementar y coordinar procesos y proyectos de comunicación popular que se susciten a partir de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.
- Gestionar medios de comunicación públicos, para aportar desde la comunicación en el fortalecimiento de las políticas de Estado.
- Implementar acciones de coordinación de recursos de comunicación disponibles en los territorios.
- Diseñar, planificar y gestionar procesos y estrategias asociando el campo de la comunicación a otros como la Política, la Educación, el Desarrollo, la Cultura, los Derechos Humanos.
- Proyectar, gestionar y sostener medios de comunicación que se integren a las necesidades locales y regionales.
- Producir contenidos periodísticos, educativos y artísticos para potenciar procesos de transformación y organización popular.
- Formular y gestionar estrategias comunicacionales asociadas a las estrategias políticas, educativas, de desarrollo local, culturales, de promoción y protección de derechos humanos.



## **Alcance del título y competencias profesionales**

El Técnico Superior en Comunicación Popular podrá participar profesionalmente según las siguientes áreas de prácticas y saberes:

- Planificación y Gestión de medios públicos y comunitarios
- Diseño y sostenibilidad de proyectos, políticas y medios de comunicación
- Producción y realización de contenidos
- Procesos de organización y integración comunitaria

## **Áreas de desempeño**

Desde la perspectiva de los ámbitos del desempeño profesional, el Técnico Superior en Comunicación Popular podrá integrarse activamente en:

- Medios de comunicación públicos, del Estado y/o de organizaciones sociales.
- Políticas, campañas, y estrategias de comunicación pública, del estado y/o de organizaciones sociales.
- Procesos de Diseño y evaluación de proyectos de medios y políticas de comunicación del Estado y las organizaciones sociales.
- Espacios públicos, del Estado y/o organizaciones sociales vinculados a procesos de comunicación / Educación.
- Organismos, entes, áreas y programas de políticas públicas de comunicación.
- Emprendimientos de comunicación popular y comunitaria.
- Producción de contenidos específicos para medios, redes, campañas y políticas de comunicación de las organizaciones sociales o del Estado.

- Áreas de incumbencia de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual como organismos públicos, sindicatos, entidades de bien público, organizaciones sociales, vinculadas no sólo a los medios sino a la comunicación en general.

## **Condiciones de ingreso**

El aspirante a ingresar a la carrera debe ser egresado del nivel Medio, Polimodal o Secundario del sistema educativo o haber aprobado el examen estipulado por la UNLP para mayores de 25 años, de acuerdo con la Ordenanza 255. La acreditación de estas condiciones sigue la reglamentación uniforme dispuesta por la UNLP.

## **Estructura curricular**

### **a) Organización de la Estructura Curricular**

La Tecnicatura en Comunicación Popular se organiza desde una concepción integral a partir de campos de reflexión que definen trayectos de formación. Cada campo delimita un área que desarrolla contenidos necesarios a la formación de técnicos que se integran a procesos de comunicación popular desde la gestión de medios y la producción de contenidos de comunicación. La Tecnicatura se organiza en las siguientes áreas:

#### *Comunicación y Gestión Popular*

Este área define la especificidad de la tecnicatura desde una perspectiva de comunicación. Traza un recorrido en el que se articulan contenidos que proponen: a) explorar la conformación del campo de la comunicación en general, profundizando en la comunicación popular; b) reconocer las especificidades de los procesos de gestión de la comunicación; c) desarrollar una mirada sobre el diseño de estrategias de comunicación en relación con lo público; d) identificar herramientas para el diseño y la sostenibilidad de los proyectos de comunicación y su inserción territorial; e)

elaborar una matriz de reflexión – acción desde la comunicación asentada en el reconocimiento y la defensa de los derechos humanos.

Estas líneas de trabajo se proponen poner en diálogo diferentes perspectivas sobre tres conceptos clave para definir la especificidad de la oferta académica de la tecnicatura: la comunicación, la gestión, y lo popular. Se intenta de este modo producir conocimiento específico para construir herramientas que permitan al técnico en comunicación insertarse en procesos de transformación social con fuerte arraigo territorial.

De ese modo, práctica y subjetividad, saber y experiencia, se vuelven zonas de reflexión interpeladas desde diferentes lugares por los recorridos curriculares que se proponen.

#### *Lenguajes y Tecnologías*

El objetivo fundamental de este área es trabajar en el dominio de los lenguajes y las tecnologías para fortalecer la producción de mensajes propios desde una matriz de análisis crítico de los discursos mediáticos hegemónicos.

Aprender a hacer mirando, escuchando y leyendo lo que otros hacen para reconocer en los discursos las huellas ideológicas, las marcas políticas y los procesos de construcción y legitimación de sentidos. En esta lógica es la propia subjetividad del estudiante, de la organización social en la que trabaja, de la política pública que se intenta fortalecer, la que emerge con fuerza como eje referencial de la producción de mensajes propios.

**Producir mensajes propios es poner en valor, jerarquizar y reconocer, la capacidad discursiva de los sectores populares y trabajar para insertar este potencial de comunicación en una estrategia política de empoderamiento y desarrollo territorial.** Para esto resulta fundamental elaborar una nueva matriz desde la cual enseñar y aprender las *técnicas* de producción asociándolas no solamente a las particularidades específicas de cada soporte. Se trata, además, de hacer eje en la reflexión crítica en torno a los modos en que lenguajes y tecnologías se articulan en la actualidad para producir relatos que son representaciones sobre el mundo, dotando de sentido sus prácticas, saberes, vínculos y proyectos.

Esta articulación exige pensar en los desafíos y posibilidades del horizonte actual de la producción en comunicación atravesado y reconfigurado por las lógicas de la convergencia tecnológica digital.

De esta reflexión nace la necesidad de organizar los espacios curriculares de este área en torno al concepto de *intermedia*, que reconoce el espacio de tensión / articulación entre los lenguajes y soportes tradicionales (la gráfica, el audio y la imagen) en el contexto de nuevos soportes y plataformas de integración.

Por otro lado, se asume además como necesidad de época garantizar espacios de formación que promuevan y pongan en valor el potencial creativo / expresivo de las tecnologías de comunicación.

#### *Política y Conocimiento*

Este área propone recorridos de formación que ofrecen teorías, métodos y herramientas para comprender los contextos de intervención y producir conocimiento sobre las prácticas de gestión y comunicación audiovisual. Se trata de formar técnicos en Comunicación Popular capaces de dialogar con diferentes saberes para comprender y explicar los contextos en los que trabaja y actúa.

Los recorridos de reflexión permiten caracterizar diferentes momentos históricos desde las perspectivas de conocimiento de lo social/cultural, los modelos de Estado y los procesos de organización políticos en Argentina y en América Latina.

Se trata de poner en contexto los procesos de construcción de poder que en América Latina configuran una trama particular, haciendo foco en el Estado y sus diferentes modos de relación con los Medios de Comunicación.

**Las Ciencias Sociales aportan a la reflexión sobre la Gestión Popular y la Comunicación, a partir de la puesta en diálogo de distintas disciplinas que permiten complejizar la dimensión política de la constitución de lo comunicacional como campo de conocimiento.**

Se trata de aportar las herramientas teórico/conceptuales que le permitan además reflexionar críticamente sobre la Gestión Popular de la Comunicación problematizando diferentes procesos y experiencias históricas.

## **b) Espacio de Práctica Integradora**

Este espacio concibe a las diferentes prácticas que se realizan como la oportunidad de integrar saberes y conocimiento abordados en el espacio áulico para problematizar las realidades de los diferentes territorios en los que se insertan los técnicos en comunicación audiovisual.

Por esto es concebida como proceso que atraviesa transversalmente cada ciclo de formación. Se espera que la práctica vaya creciendo en complejidad respecto a los objetivos a alcanzar en cada proceso, según cada uno de los ciclos de formación propuestos. Para esta tecnicatura se ofrecen diferentes modalidades de prácticas:

### ***1. Las Experiencias de Integración en Territorio***

Son concebidos como procesos de conocimiento sobre ámbito concretos, a partir de la integración de los estudiantes a proyectos en la comunidad, las políticas públicas o los medios de comunicación comunitarios y del Estado.

Estas experiencias tienen por principal objetivo que los estudiantes puedan acercarse a procesos de gestión de la comunicación popular, a partir de la observación y la problematización de la práctica en la que se inscribe.

Se espera que los estudiantes pongan en diálogo las reflexiones propuestas en el espacio áulico con las preguntas y desafíos que les presentan los diversos escenarios para realizar propuestas de desarrollo y gestión de la comunicación popular.

El objetivo es que estas experiencias le aporten al estudiante herramientas para la construcción de una mirada que le permita reconocer el territorio desde una perspectiva de comunicación.

## ***2. Las Experiencias de Producción de Mensajes y Estrategias de Comunicación***

Esta modalidad de práctica propone a los estudiantes que se integren a espacios y ámbitos concretos para gestionar y producir estrategias de comunicación que tiendan a consolidar los procesos transformación social. Se espera que estos ámbitos estén definidos por la integración de acciones entre el Estado (Medios Públicos o Políticas Públicas) y la Comunidad.

Se trata de experiencias que permitan la puesta en juego de saberes de comunicación, partiendo del reconocimiento de problemas concretos de la realidad en la que se trabaja, para gestión de procesos de comunicación desde la producción de materiales y mensajes que profundicen la producción de sentidos sobre dichos problemas. Y que tiendan a legitimar políticas de transformación.

Gestionar procesos colectivos de producción de mensajes que a partir de la participación de los actores sociales en las diferentes instancias (producción, realización, distribución) contribuyan al empoderamiento de los sujetos, potenciando nuevos modos de enunciación.

## ***3. Los Laboratorios***

Los laboratorios son concebidos como espacios de trabajo y producción creativa en lenguajes de Comunicación. Son espacios experimentales, en los cuáles se espera que los estudiantes puedan desarrollar su creatividad a partir de la apropiación y la innovación en el uso de herramientas técnicas y métodos que favorezcan la producción de comunicación.

En cada laboratorio se desarrollaran diferentes proyectos coordinados por equipos docentes, quienes son los responsables de acompañar y facilitar las experiencias de investigación y producción de los estudiantes. Para cada semestre los docentes presentarán los proyectos de producción, investigación o desarrollo tecnológico. La coordinación de los laboratorios propondrás al Consejo Directivo de la Facultad los proyectos para ser incorporados a la bandeja de opciones que ofrece cada laboratorio.

Los estudiantes se integran a los laboratorios a partir de su inscripción en los diferentes proyectos creativos seleccionados que configuran la oferta de formación en producción para cada semestre.

*Laboratorio Creativo Sonoro*

Ofrece proyectos y líneas de trabajo para desarrollar experiencias creativas sonoras. Se trabaja sobre narración, la producción artística y la realización sonora, en interacción con otras disciplinas creativas. Se propone además la integración audiovisual de los procesos experimentales creativos y de desarrollo de producciones.

*Laboratorio Creativo Visual*

Ofrece proyectos y líneas de trabajo para desarrollar experiencias creativas sonoras. Se trabaja sobre narración, la producción artística y la realización visual, en interacción con otras disciplinas creativas. Se propone además la integración audiovisual de los procesos experimentales creativos y de desarrollo de producciones.

### Asignaturas por áreas y espacio de la práctica integradora

Comunicación y Gestión	Lenguajes y Tecnologías	Política y Conocimiento
Comunicación Popular I	Taller de Análisis y Producción de Lenguajes Intermedia I	Introducción a las ciencias sociales
Comunicación y Derechos Humanos	Taller de Expresión oral y Escrita	Historia política y cultural contemporánea
Comunicación Popular II	Taller de Análisis y Producción de Lenguajes Intermedia II	Estudios de la Sociedad y la Cultura
Planificación y Gestión de Políticas de Comunicación	Taller de Edición y Montaje	Medios de Comunicación y Poder en América Latina
Gestión Popular de Medios Públicos y Comunitarios	Taller de Estructura narrativa	Historia del Pensamiento Social y Político latinoamericano.
Desarrollo y Sostenibilidad de Proyectos, Programas y Medios de Comunicación	Taller de Producción y Realización de Contenidos	Estructura Social y Procesos Políticos argentinos
Taller de Técnicas de Animación Sociocultural	Taller de Géneros y Formatos	Sistematización y Producción de Conocimiento.
	Laboratorio Creativo Sonoro	
	Laboratorio Creativo Visual	
Práctica Integradora		
Prueba Idioma Extranjero/Originario		



## Distribución de la carga horaria por área y práctica integradora

<b>Primer ciclo</b> (hs = horas semanales; ht = horas totales)		
<b>COMUNICACIÓN Y GESTIÓN</b>	<b>LENGUAJES Y TECNOLOGÍAS</b>	<b>POLÍTICA Y CONOCIMIENTO</b>
Comunicación popular I (4 hs; 64 ht)	Taller de análisis y producción de lenguajes intermedia I (4 hs; 64 ht)	Introducción a las ciencias sociales (4 hs; 64 ht)
Comunicación y derechos humanos (4 hs; 64 ht)	Taller de narración oral y escrita (4 hs; 64 ht)	Historia política y cultural contemporánea (4 hs; 64 ht)
	Taller de análisis y producción de lenguajes intermedia II (4 hs; 64 ht)	Estudios de la sociedad y la cultura (4 hs; 64 ht)
Práctica integradora I (4 hs; 64 ht)		
<b>Total de horas primer ciclo</b>		<b>576</b>
<b>Segundo ciclo</b> (hs = horas semanales; ht = horas totales)		
<b>COMUNICACIÓN Y GESTIÓN</b>	<b>LENGUAJES Y TECNOLOGÍAS</b>	<b>POLÍTICA Y CONOCIMIENTO</b>
Comunicación popular II (4 hs; 64 ht)	Taller de edición y montaje (4 hs; 64 ht)	Medios de comunicación y poder en América Latina (4 hs; 64 ht)
Planificación y gestión de políticas de comunicación (4 hs; 64 ht)	Taller de estructura narrativa (4 hs; 64 ht)	Historia del pensamiento social y político latinoamericano (4 hs; 64 ht)
	Taller de producción y realización de contenidos (4 hs; 64 ht)	
	Taller de géneros y formatos (4 hs; 64 ht)	
Práctica integradora II (4 hs; 128 ht)		
<b>Total de horas segundo ciclo</b>		<b>640</b>
<b>Tercer ciclo</b> (hs = horas semanales; ht = horas totales)		
<b>COMUNICACIÓN Y GESTIÓN</b>	<b>LENGUAJES Y TECNOLOGÍAS</b>	<b>POLÍTICA Y CONOCIMIENTO</b>
Gestión popular de medios públicos y comunitarios (4 hs; 64 ht)	Laboratorio creativo sonoro (4 hs; 64 ht)	Estructura social y procesos políticos argentinos (4 hs; 64 ht)
	Laboratorio creativo visual (4 hs; 64 ht)	
Desarrollo y sostenibilidad de proyectos, programas y medios de comunicación (4 hs; 64 ht)		Sistematización y producción de conocimiento (4 hs; 64 ht)
Taller de técnicas de animación sociocultural (4 hs; 64 ht)		
Práctica integradora III (4 hs; 128 ht)		
Prueba de idioma extranjero / originario (4 hs; 64 ht)		
<b>Total de horas tercer ciclo</b>		<b>640</b>

### Carga horaria anual según áreas curriculares

PRIMER CICLO				
Área Comunicación y Gestión	Área Lenguajes y Tecnologías	Área Política y Conocimiento	Práctica integradora	Total Anual
128 hs.	192 hs.	192 hs.	64 hs.	576 hs.
SEGUNDO CICLO				
Área Comunicación y Gestión	Área Lenguajes y Tecnologías	Área Política y Conocimiento	Práctica integradora	Total Anual
128 hs	256 hs	128 hs	128 hs	640 hs.
TERCER CICLO				
Área Comunicación y Gestión	Área Lenguajes y Tecnologías	Área Política y Conocimiento	Práctica integradora	Total Anual
192 hs.	128 hs.	128 hs.	128 hs.	576 hs.
Prueba de idioma extranjero / originario (4 hs; 64 ht)				64 hs.
<b>TOTAL CARGA HORARIA TECNICATURA</b>				<b>1856 hs.</b>

## Materias y Espacios Curriculares

<b>Carrera: Tecnicatura Superior Universitaria en Comunicación Popular</b>	
<b>Título: Técnico Superior Universitario en Gestión Popular de la Comunicación. 2013</b>	
Número Total de Materias	27
Número Total de Materias Obligatorias	27
Número total de Créditos Obligatorios	----
Número total de materias optativas	----
Número Total de Créditos Optativos	----
Porcentaje de Créditos Obligatorios	----
Porcentaje de Créditos Optativos	----

Espacios Curriculares				
Horas				
	De teoría	De práctica	Teórico/Prácticas	Totales
Área de Tecnología y Lenguajes y Espacio de Práctica Integradora			896	896
Área de Comunicación y gestión	96	96	256	448
Área de Política y Conocimiento	192	192	64	448
Prueba de Idioma extranjero / originario	64			64
<b>Totales</b>	<b>352</b>	<b>288</b>	<b>1216</b>	<b>1856</b>

## Equivalencias con el ciclo común de la Licenciatura y el Profesorado en Comunicación Social

Código	Asignatura	Carga Horaria	Reg.de Coursada	Equivalencia
1	Comunicación Popular I	64	Cuatrimestral	Comunicación y Teorías
2	Comunicación y Derechos Humanos	64	Cuatrimestral	Comunicación y Derechos Humanos
3	Introducción a las Ciencias Sociales	64	Cuatrimestral	Opinión Pública
4	Historia Política y Cultural Contemporánea	64	Cuatrimestral	Historia del Siglo XX
5	Estudios de la Sociedad y La Cultura	64	Cuatrimestral	Antropología Social y Cultural
6	Taller de Análisis y Producción de lenguajes intermedia I	64	Cuatrimestral	
7	Taller de Narración Oral y Escrita	64	Cuatrimestral	Taller de Comprensión y Producción de Textos I
8	Taller de Análisis y producción de lenguajes Intermedia II	64	Cuatrimestral	
9	Práctica Integradora I	64	Cuatrimestral	
10	Comunicación Popular II	64	Cuatrimestral	Comunicación y Cultura
11	Planificación y gestión de Políticas de Comunicación	64	Cuatrimestral	Introducción a la Planificación de Procesos y Estrategias de Comunicación
12	Medios de Comunicación y Poder en América Latina	64	Cuatrimestral	Comunicación y medios
13	Historia del Pensamiento social y político latinoamericano	64	Cuatrimestral	Historia Contemporánea de América Latina
14	Taller de Edición y Montaje	64	Cuatrimestral	
15	Taller de Estructura narrativa	64	Cuatrimestral	Taller de comprensión y producción de textos II
16	Taller de Producción y Realización de Contenidos	64	Cuatrimestral	Taller de Análisis de la Información
17	Taller de géneros y Formatos	64	Cuatrimestral	Taller de Producción Gráfica I
18	Práctica Integradora II	128	Anual	
19	Gestión Popular de Medios Públicos y Comunitarios	64	Cuatrimestral	
20	Desarrollo y Sostenibilidad de Proyectos y Programas de Medios de Comunicación	64	Cuatrimestral	
21	Taller de Técnicas de Animación Sociocultural	64	Cuatrimestral	
22	Estructura Social y Procesos Políticos Argentinos	64	Cuatrimestral	Problemas Sociológicos Contemporáneos



	de Conocimiento			Investigación Social
24	Práctica Integradora III	128	Anual	
25	Laboratorio Creativo Sonoro	64	Cuatrimestral	Taller de Producción Radiofónica I
26	Laboratorio Creativo Audiovisual	64	Cuatrimestral	Taller de Producción Audiovisual I
27	Prueba de Idioma Extranjero - Originario	64	Cuatrimestral	Prueba de Idioma

## Descripción de los contenidos mínimos

**Nombre de la asignatura:**  
Comunicación Popular I

Código: 1  
Régimen de cursada: Cuatrimestral

**Carga Horaria Semanal Horas Teórico Horas Práctico Horas Teórico-práctico**

4	2	2	--
---	---	---	----

### Expectativa de logro:

Reconocer en los modelos de comunicación las diferentes perspectivas que proponen una determinada visión sobre los sujetos, los escenarios, las relaciones y el poder. Analizar lo popular como un aspecto de las relaciones de comunicación que pone en evidencia la dimensión político cultural presente en el campo.

### Contenidos mínimos:

El campo de la comunicación en américa latina. La comunicación alternativa. Lo popular desde la comunicación. Comunicación y hegemonía. Relaciones entre comunicación y desarrollo. Modelos de comunicación / educación. La comunicación como práctica transversal en los procesos políticos y sociales. El análisis de la realidad de comunicación. Actores emergentes de la comunicación popular. Relaciones de comunicación, poder y contexto social. Procesos de comunicación en organizaciones sociales y en la comunidad. Estrategia de comunicación.

**Nombre de la asignatura:**  
Comunicación y Derechos Humanos

Código: 2  
Régimen de cursada: Cuatrimestral

**Carga Horaria Semanal Horas Teórico Horas Práctico Horas Teórico-práctico**

4	2	2	--
---	---	---	----

**Expectativa de logro:**

Construir una perspectiva de Derechos Humanos desde la Comunicación aludiendo a una relación cultural que permita, desde una perspectiva histórica, intervenir en el debate entre la inclusión y la exclusión, para el desmontaje crítico de los dispositivos, discursos y mecanismos que naturalizan la exclusión y expropiación la posibilidad de la palabra a los sectores populares.

**Contenidos mínimos:**

Declaración Universal de los Derechos Humanos. Los derechos humanos en Argentina y América Latina. Rol del estado y derechos humanos en diferentes momentos de la historia argentina. El surgimiento de los organismos de derechos humanos. El rol de los medios de comunicación en la defensa de los derechos humanos. Memoria, verdad y justicia como paradigma de derechos humanos. La comunicación como derecho humano: de la ley de radiodifusión a la ley de servicios de comunicación audiovisual.

**Nombre de la asignatura:**

Introducción a las Ciencias Sociales

Código: 3

Régimen de cursada: Cuatrimestral

**Carga Horaria Semanal Horas Teórico Horas Práctico Horas Teórico-práctico**

4	2	2	--
---	---	---	----

**Expectativa de logro:**

Introducir la reflexión sobre la relación entre filosofía, saberes y conocimiento para analizar las principales corrientes de pensamiento en Ciencias Sociales.

**Contenidos mínimos:**

Conocimiento: definición, alcances y perspectivas. El conocimiento en las ciencias sociales: dimensiones históricas y epistemológicas de producción. Principales posiciones epistemológicas/políticas dentro de las ciencias sociales: orden/conflicto, subjetivismo/objetivismo y reproducción/cambio social. Principales corrientes epistemológicas y teóricas en las ciencias sociales: funcionalismo, marxismo y estructuralismo. Las ciencias sociales en América Latina. El lugar de las ciencias sociales en Argentina. Comunicación y ciencias sociales: la dimensión política de los estudios de comunicación.

**Nombre de la asignatura:**

Historia Política y Cultural Contemporánea

Código: 4

Régimen de cursada: Cuatrimestral

**Carga Horaria Semanal Horas Teórico Horas Práctico Horas Teórico-práctico**

4	2	2	--
---	---	---	----

**Expectativa de logro:**

Reconocer históricamente los procesos políticos y culturales que configuraron los modos de organización de las relaciones internacionales de poder, desde el mundo bipolar hasta la actualidad.

**Contenidos mínimos:**

Primera y Segunda Guerra Mundial. La Guerra Fría. Holocausto y otros genocidios. Dictaduras y Democracias en América Latina. Fin de la guerra fría. La emergencia de los Estados Supranacionales y la configuración del poder policéntrico en las relaciones internacionales. Las crisis económicas globales: de la depresión del 30 a la actualidad. La emergencia de América Latina como región.

**Nombre de la asignatura:**

Estudios de la Sociedad y la Cultura

Código: 5

Régimen de cursada: Cuatrimestral

**Carga Horaria Semanal Horas Teórico Horas Práctico Horas Teórico-práctico**

4	2	2	--
---	---	---	----

**Expectativa de logro:**

Reconocer los aportes específicos de la antropología y la sociología a la construcción del campo de la comunicación, desde la reflexión sobre la relación entre el hombre, la cultura y los sentidos.

**Contenidos mínimos:**

Relación entre el sujeto, la sociedad y la cultura. Procesos sociales y culturales. Principales tradiciones sociológicas y antropológicas retomadas en el campo de la comunicación. Identidad. Etnocentrismo y construcción del "otro". La dimensión cultural de las relaciones de poder. Matrices de construcción de sentidos. Identidades culturales.

**Nombre de la asignatura:**

Taller de Análisis y producción de Lenguajes Intermedia I

Código: 6

Régimen de cursada: Cuatrimestral



**Carga Horaria Semanal Horas Teórico Horas Práctico Horas Teórico-práctico**

<b>4</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>4</b>
----------	-----------	-----------	----------

**Expectativa de logro:**

Introducir a los alumnos en una perspectiva crítica sobre los discursos mediáticos hegemónicos como matriz de reflexión para la producción de mensajes propios. Activar procesos de reconocimiento de las capacidades discursivas de los sectores populares. Introducir al manejo de herramientas específicas de los lenguajes y tecnologías de comunicación.

**Contenidos mínimos:**

Los modos de decir y los modos de recepción. El discurso y el lenguaje en situación. Las apropiaciones y re apropiaciones de los relatos según las lógicas de los diversos actores sociales populares. El pensamiento estratégico en la mirada de comunicación.

Introducción a la producción digital de mensajes. La comunicación 2.0 como matriz de producción. La convergencia digital. Características y particularidades de: a) lenguaje audiovisual; b) lenguaje gráfico; c) lenguaje radiofónico; d) lenguaje multimedial. Soportes, tecnologías de registro, edición y circulación. Software necesario y alternativo.

**Nombre de la asignatura:**

Taller de Narración Oral y Escrita

Código: 7

Régimen de cursada: Cuatrimestral

**Carga Horaria Semanal Horas Teórico Horas Práctico Horas Teórico-práctico**

<b>4</b>	<b>--</b>	<b>--</b>	<b>4</b>
----------	-----------	-----------	----------

**Expectativa de logro:**

Reconocer la importancia de las tradiciones orales y escritas en las lógicas de la producción discursiva. Fortalecer herramientas específicas de escritura. Establecer un espacio de práctica sistemática que permita comprender y desarrollar técnicas y estrategias para el uso del lenguaje oral y escrito.

**Contenidos mínimos:**

La expresión oral: narrativas, discursos. Historia oral y testimonios. De lo oral a lo escrito: la oralidad mediada y la escritura como tecnología de la comunicación. La redacción: sintaxis y ortografía. Análisis, comprensión y producción de textos. Géneros y formatos narrativos. Corrección y reescritura.

**Nombre de la asignatura:**

Taller de Análisis y Producción de lenguajes intermedia II

Código: 8

Régimen de cursada: Cuatrimestral

**Carga Horaria Semanal Horas Teórico Horas Práctico Horas Teórico-práctico**

4

--

--

4

**Expectativa de logro:**

Profundizar la reflexión en torno a la producción de mensajes propios incorporando saberes específicos vinculados al dominio de los lenguajes y las tecnologías. Comprensión del alcance y el potencial de las herramientas y los códigos de cada lenguaje, inserción de su potencial expresivo y creativo en estrategias de comunicación.

**Contenidos mínimos:**

Discurso social. La circulación de los relatos y las construcciones discursivas desde la perspectiva de la cultura, la identidad, la historia y la territorialidad. Lo popular y lo masivo. Encuentros y divergencias. La información como bien social vs la información como mercancía

Las posibilidades y potencialidades de los lenguajes y soportes para la distribución de mensajes. La identidad en la producción de mensajes desde diferentes soportes y lenguajes. Reflexiones sobre lo sonoro, lo visual, lo digital. La producción de mensajes en las redes sociales y la expansión de la comunicación intermedia.

**Nombre de la asignatura:**

Práctica Integradora I – Experiencia de Integración en territorio.

Código: 10

Régimen de cursada: Cuatrimestral

**Carga Horaria Semanal Horas Teórico Horas Práctico Horas Teórico-práctico**

4

--

--

4

**Expectativa de logro:**

Integrar herramientas teórico/conceptuales en la construcción de una mirada de análisis de la comunicación sobre un territorio específico.

**Contenidos mínimos:**

Territorio y Comunicación: Límites, recursos y relaciones. Herramientas: observación y entrevista. Mapa de comunicación: identificación de los actores. Reconocimiento de problemas y potenciales de comunicación. Identificación de propuestas.

**Nombre de la asignatura:**

Comunicación Popular II

Código: 10

Régimen de cursada: Cuatrimestral

**Carga Horaria Semanal Horas Teórico Horas Práctico Horas Teórico-práctico**

4

2

2

--

**Expectativa de logro:**

Aportar al reconocimiento de procesos sociales políticos y culturales que determinan la constitución de identidades populares. Analizar las relaciones entre la Comunicación y los procesos de configuración de nuevas subjetividades.

**Contenidos mínimos:**

Lo popular en el contexto actual. Lo popular como dimensión política y cultural de los procesos de comunicación. Relaciones entre lo popular y lo hegemónico, lo subalterno y lo masivo. Lo popular mediático y lo popular en los medios. Identidad y sujeto popular: entre la memoria y los nuevos modos de enunciación. Lo popular, la comunicación y la acción colectiva.

**Nombre de la asignatura:**

Planificación y Gestión de Políticas de Comunicación

Código: 11

Régimen de cursada: Cuatrimestral

**Carga Horaria Semanal Horas Teórico Horas Práctico Horas Teórico-práctico**

4

--

--

4

**Expectativa de logro:**

Aportar nociones, conceptos y herramientas que permitan construir una mirada comunicacional de diferentes ámbitos y escenarios para planificar y gestionar políticas de comunicación que contribuyan a profundizar procesos de transformación social, política, cultural y productiva.

**Contenidos mínimos:**

Modelos de planificación y gestión. Momentos del proceso de planificación y gestión de la comunicación. La mirada comunicacional y el diagnóstico de comunicación. Diseño y gestión de políticas, procesos y estrategias de comunicación. El Estado y el desarrollo de la comunicación social. La gestión de políticas de comunicación para el fortalecimiento de lo público. Políticas y estrategias comunicacionales en los distintos escenarios. Análisis de escenarios para el diseño comunicacional.

**Nombre de la asignatura:**

Medios de Comunicación y Poder en América Latina

Código: 12

Régimen de cursada: Cuatrimestral

**Carga Horaria Semanal Horas Teórico Horas Práctico Horas Teórico-práctico**

4

2

2

--

**Expectativa de logro:**

Reflexionar en torno a los procesos de estructuración del poder mediático en América Latina, sus múltiples modos de funcionamiento y articulación con sectores diversos de la sociedad, reconociendo y analizando el impacto que el desarrollo tecnológico moderno ha tenido sobre los países de la región en los diferentes momentos históricos.

**Contenidos mínimos:**

Los medios en la sociedad moderna. Proceso de mediatización de la cultura. Los escenarios del poder. El poder simbólico. Los medios como mecanismos del poder. La industria cultural. Políticas culturales. Los medios, el poder político. Cartografía de los medios en América Latina, tensiones, rupturas y continuidades

Los debates históricos en torno a la propiedad de los medios en el tercer mundo y en particular en Latinoamérica. Poder, Estado y discursos. Lo público en Latinoamérica. Los medios de Comunicación en los proyectos políticos y sociales Populares: ¿autonomía o integración? Las distintas controversias sobre lo popular/alternativo. Lo local/lo global Las viejas y nuevas tecnologías. Alcances y limitaciones en los ámbitos populares

**Nombre de la asignatura:**

Historia del Pensamiento Social y Político Latinoamericano

Código: 13

Régimen de cursada: Cuatrimestral

**Carga Horaria Semanal Horas Teórico Horas Práctico Horas Teórico-práctico**

4

2

2

--

**Expectativa de logro:**

Recorrido histórico para el análisis y la comprensión del desarrollo de un pensamiento Latinoamericano, asociado a sus propios procesos culturales y políticos, analizando relatos y experiencias concretas, que dan cuenta de las condiciones de producción que fueron forjando el complicado y necesario camino para el establecimiento de una matriz de pensamiento autónoma.

**Contenidos mínimos:**

La matriz de pensamiento latinoamericano. Resistencias y luchas populares en la historia latinoamericana. Pensamiento político y social en los procesos de la independencia latinoamericana. La conformación del estado moderno en América Latina. El pensamiento político

y social en las luchas revolucionarias del siglo XX. El rol de los medios de comunicación y la circulación de la información en las luchas populares en América Latina. Los actores sociales en los procesos políticos latinoamericanos: las organizaciones, la mujer, los jóvenes.

**Nombre de la asignatura:**  
Taller de Edición y Montaje

Código: 14  
Régimen de cursada: Cuatrimestral

**Carga Horaria Semanal Horas Teórico Horas Práctico Horas Teórico-práctico**

4	--	--	4
---	----	----	---

**Expectativa de logro:**

Comprender elementos claves de la teoría del montaje y aprender saberes particulares sobre el uso de técnicas y tecnologías de edición y montaje sonoro y visual. Reflexionar en torno a la idea de montaje como proceso clave de la producción discursiva.

**Contenidos mínimos:**

El montaje gráfico: el texto y la imagen. Montaje visual: la imagen, la fotografía. Las tramas y las texturas en el diseño gráfico. El montaje y la producción de sentido. Montaje sonoro: voces, sonidos y silencios. La música.. Montaje audiovisual: el plano, tiempo, el ritmo. El montaje y la estética. Manejo de diferentes software.

**Nombre de la asignatura:**  
Taller de Estructura Narrativa

Código: 15  
Régimen de cursada: Cuatrimestral

**Carga Horaria Semanal Horas Teórico Horas Práctico Horas Teórico-práctico**

4	--	--	4
---	----	----	---

**Expectativa de logro:**

Incorporar las herramientas fundamentales para aprender a estructurar discursos. Momentos de un relato, los personajes y las acciones, los conflictos y el drama. Poner en valor estratégico la capacidad narrativa de los mensajes propios.

**Contenidos mínimos:**

El relato y la historia. Narración y problemas de representación: tiempo y causalidad. El conflicto. El conflicto dramático. La estructura narrativa. Personajes, acciones, y espacio. Personajes principales y secundarios. Protagonistas y antagonistas. Las tramas: principal y secundarias. Punto

de ataque y punto de giro. Modelos de resolución de conflictos. Las estructuras narrativas en los diferentes lenguajes de comunicación.

**Nombre de la asignatura:**

Taller de Producción y realización de Contenidos

Código: 16

Régimen de cursada: Cuatrimestral

**Carga Horaria Semanal Horas Teórico Horas Práctico Horas Teórico-práctico**

4	--	--	4
---	----	----	---

**Expectativa de logro:**

Aprender a producir, editar y poner en valor la información. Comprender críticamente el proceso creativo / realizativo por el cual un dato de la realidad se convierte en contenido mediático. Desmontar críticamente los sentidos en torno a los contenidos mediáticos. Reconocer las necesidades específicas de contenidos de los diferentes medios públicos, estatales y comunitarios, según articulen con el territorio.

**Contenidos mínimos:**

Acontecimientos y hechos sociales, contenidos de comunicación, información y noticias. La construcción de la realidad social y la comunicación. Problemas y potencialidades de los lenguajes de comunicación para la construcción / representación de lo real. La investigación para la producción de contenidos. La información periodística y la producción de contenidos. Clasificación y jerarquización de la información. Construcción de las agendas de noticias. El proceso social comunitario en las agendas mediáticas.

**Nombre de la asignatura:**

Taller de Géneros y Formatos

Código: 17

Régimen de cursada: Cuatrimestral

**Carga Horaria Semanal Horas Teórico Horas Práctico Horas Teórico-práctico**

4	--	--	4
---	----	----	---

**Expectativa de logro:**

Profundizar la reflexión y la producción de contenidos desde la perspectiva de géneros y formatos. Comprender el potencial discursivo que asume la producción de contenidos bajo la lógica de los géneros y los formatos.

**Contenidos mínimos:**

Los géneros narrativos y formatos periodísticos. Drama, melodrama, policial, comedia. Los géneros y la producción en diferentes lenguajes. Géneros y transgéneros. La realización en géneros y formatos periodísticos: lo radiofónico, lo televisivo y lo multimedia. El informativo en sus diferentes soportes. Géneros y formatos de los mensajes políticos.

**Nombre de la asignatura:**

Práctica Integradora II – Experiencia de producción de mensajes y estrategias de comunicación

Código: 18

Régimen de cursada: Anual

**Carga Horaria Semanal Horas Teórico Horas Práctico Horas Teórico-práctico**

4	--	--	4
---	----	----	---

**Expectativa de logro:**

Analizar la realidad de Comunicación de un ámbito específico para gestionar procesos de producción de mensajes propios que se integren a estrategias de transformación social.

**Contenidos mínimos:**

Modelos y perspectivas de Comunicación: Perspectivas de Conocimiento y perspectivas de producción. Estrategia de desarrollo y estrategia de comunicación: El diagnóstico socio comunicacional. El análisis de los problemas y los potenciales de Comunicación. La identificación de líneas de acción. La planificación de estrategias de comunicación: destinatarios, mensajes y soportes. Definición de los resultados esperados. La participación de los actores en la producción de la comunicación: el proceso de producción de mensajes propios. Realización de producciones gráficas, radiales y audiovisuales integradas. Identidad y estrategia. La validación de las estrategias de comunicación y la evaluación de los resultados.

**Nombre de la asignatura:**

Gestión Popular de Medios Públicos y Comunitarios

Código: 19

Régimen de cursada: Cuatrimestral

**Carga Horaria Semanal Horas Teórico Horas Práctico Horas Teórico-práctico**

4	--	--	4
---	----	----	---

**Expectativa de logro:**

Estudio comparado de los diferentes modelos de gestión de medios de comunicación entre públicos, comunitarios y populares. Reflexión y aprendizaje de saberes necesarios para la ejecución de políticas de gestión según los contextos.

**Contenidos mínimos:**

La noción de gestión. Nociones y prácticas de gestión como práctica político cultural y estrategia integral. Modelos de gestión. La gestión de medios públicos y la gestión de medios comunitarios. Gestión y modelos de organización: participación, distribución del poder y mecanismos políticos comunicacionales para la toma de decisiones. El rol de las personas comunicadoras en la comunicación popular, comunitaria y estatal. La comunicación popular y la comunicación pública: problemas y prácticas en el escenario actual. La impronta de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26.522.

**Nombre de la asignatura:**

Desarrollo y Sostenibilidad de Proyectos, Programas y Medios de Comunicación

Código: 20

Régimen de cursada: Cuatrimestral

**Carga Horaria Semanal Horas Teórico Horas Práctico Horas Teórico-práctico**

4

--

--

4

**Expectativa de logro:**

Reconocer y analizar los procesos de gestión como marco organizador de criterios y procedimientos de administración, que den sostenibilidad económica a los proyectos y medios de comunicación, en diálogo con los principios de la Economía Social.

**Contenidos mínimos:**

La gestión de proyectos de comunicación como proceso integral y complejo. Las nociones de sostenibilidad y sustentabilidad. La economía social como plataforma conceptual-política de gestión. La administración y gestión financiera de proyectos comunicativos. Diversas formas organizativas y de gestión. Los modelos organizacionales y sus modalidades de administración y gestión. Los actores y las acciones centrales de la gestión de proyectos y medios sustentables. La dimensión económica de los proyectos y los medios. La gestión de recursos.

**Nombre de la asignatura:**

Taller de Técnicas de Animación Sociocultural

Código: 21

Régimen de cursada: Cuatrimestral

**Carga Horaria Semanal Horas Teórico Horas Práctico Horas Teórico-práctico**

4

--

--

4

**Expectativa de logro:**

Comprender los procesos de la animación desde una perspectiva comunicacional. Conocer herramientas y técnicas que permitan abordar procesos de constitución y profundización de los vínculos grupales desde enfoques socioculturales.



**Contenidos mínimos:**

Las técnicas y dinámicas de animación como estrategias de promoción de la comunicación y la participación. Elementos y momentos. La inserción de técnicas de animación en procesos de comunicación/ cultura: conocimiento y reconocimiento de los otros. La experimentación y el poner el cuerpo como dinamizadores de procesos de inclusión y apropiación de la palabra. La expresión artística en la animación sociocultural.

**Nombre de la asignatura:**

Estructura Social y Procesos Políticos Argentinos

Código: 22

Régimen de cursada: Cuatrimestral

**Carga Horaria Semanal Horas Teórico Horas Práctico Horas Teórico-práctico**

4	2	2	--
---	---	---	----

**Expectativa de logro:**

Presentar los principales modelos de Estado que se han configurado históricamente en la Argentina, para analizar las diferentes problemáticas sociales, políticas y culturales que emergen, de modo tal de aportar al reconocimiento de la relación entre estructura social y procesos coyunturales.

**Contenidos mínimos:**

Estado y sociedad. Modelos de estado: oligárquico, bienestar, neo liberal. Recuperación del estado nación. Vínculos y modos de ser históricos de organizaciones libres del pueblo, estado y mercado y el papel de la comunicación en procesos históricos emancipatorios. Procesos de participación política: partidos de masas, movimientos sociales. Nuevos actores en la política argentina. Estructura social argentina. Modificaciones de la estructura social en cada modelo de estado. Modelos de estado y políticas sociales.

**Nombre de la asignatura:**

Sistematización y Producción de Conocimiento

Código: 23

Régimen de cursada: Cuatrimestral

**Carga Horaria Semanal Horas Teórico Horas Práctico Horas Teórico-práctico**

4	--	--	4
---	----	----	---

**Expectativa de logro:**

Reflexionar sobre la producción de conocimiento en procesos de planificación, gestión y producción de la Comunicación. Presentar herramientas para la sistematización de experiencias de comunicación popular.

**Contenidos mínimos:**

Las lógicas de de la producción de la metodología de conocimiento. La recuperación de la práctica como conocimiento. La sistematización como método de conocimiento. Sistematización de la práctica: enfoques y perspectivas. Las fuentes de la Sistematización: modalidades de registro y testimonios en la experiencia. Producción de conocimiento y prácticas de comunicación: los aportes de la sistematización a la gestión. La sistematización como modalidad de investigación. El proyecto de investigación. Herramientas y técnicas de investigación social.

**Nombre de la asignatura:**

Práctica Integradora III – Experiencia de Integración en Territorio

Código: 24

Régimen de cursada: Anual

**Carga Horaria Semanal Horas Teórico Horas Práctico Horas Teórico-práctico**

4

--

--

4

**Expectativa de logro:**

Desarrollar procesos de gestión de la comunicación popular audiovisual en ámbitos de integración del Estado con la Comunidad.

**Contenidos mínimos:**

Inserción territorial e inserción institucional. Reconocimiento de actores y análisis de las relaciones de comunicación/poder. Integración de perspectivas e intereses de los diferentes sectores al proceso de gestión: lo hegemónico y lo popular. Comunicación pública y participación popular. La toma de decisiones en la planificación y la producción de contenidos: la definición de agendas compartidas de comunicación. Las estrategias y las producciones. La co- gestión de recursos y acciones. Producción de Contenidos para la gestión y la sostenibilidad de Redes de Comunicación. La administración y las responsabilidades compartidas sobre bienes y servicios públicos. Lenguajes de comunicación y modos de expresión: lo popular enunciado en la comunicación audiovisual.

**Nombre de la asignatura:**

Laboratorio Creativo Sonoro

Código: 25

Régimen de cursada: Cuatrimestral

**Carga Horaria Semanal Horas Teórico Horas Práctico Horas Teórico-práctico**

4

--

--

4

**Expectativa de logro:**

Generar un espacio creativo artístico de exploración colectiva. A partir del uso de las habilidades y potencialidades sonoras, alcanzar metas de realización que permitan producir piezas y obras de comunicación concretas.

**Nombre de la asignatura:**

Laboratorio Creativo Visual

Código: 26

Régimen de cursada: Cuatrimestral

**Carga Horaria Semanal Horas Teórico Horas Práctico Horas Teórico-práctico**

4

--

--

4

**Expectativa de logro:**

Generar un espacio creativo artístico de exploración colectiva. A partir del uso de las habilidades y potencialidades visuales, alcanzar metas de realización que permitan producir piezas y obras de comunicación concretas.

## Carga horaria, régimen de cursada y plan de correlatividades

<b>Primer Ciclo Semestres 1 y 2</b>				
<b>Código</b>	<b>Asignaturas (materias y espacios obligatorios)</b>	<b>Carga Horaria</b>	<b>Régimen de Cursada</b>	<b>Correlatividad</b>
1	Comunicación Popular I	4	Cuatrimestral	--
2	Comunicación y Derechos Humanos	4	Cuatrimestral	--
3	Introducción a las Ciencias Sociales	4	Cuatrimestral	--
4	Historia Política y Cultural Contemporánea	4	Cuatrimestral	--
5	Estudios de la Sociedad y la Cultura	4	Cuatrimestral	3
6	Taller de Análisis y Producción Integral Intermedia I	4	Cuatrimestral	--
7	Taller de Narración Oral y Escrita	4	Cuatrimestral	--
8	Taller de Análisis y Producción Integral Intermedia II	4	Cuatrimestral	6
<b>Segundo Ciclo Semestres 3 y 4</b>				
<b>Código</b>	<b>Asignaturas (materias y espacios obligatorios)</b>	<b>Carga Horaria</b>	<b>Régimen de Cursada</b>	<b>Correlatividad</b>
10	Comunicación Popular II	4	Cuatrimestral	1
11	Planificación y Gestión de Políticas de Comunicación	4	Cuatrimestral	1 y 2
12	Medios de comunicación y poder en América Latina	4	Cuatrimestral	
13	Historia del Pensamiento Social y Político Latinoamericano	4	Cuatrimestral	
14	Taller de Edición y Montaje	4	Cuatrimestral	8
15	Taller de Estructura Narrativa	4	Cuatrimestral	8
16	Taller de Producción y Realización de Contenidos	4	Cuatrimestral	8 y 15
17	Taller de Géneros y Formatos	4	Cuatrimestral	8 y 14

---

**Tercer Ciclo Semestres 5 y 6**

---

<b>Código</b>	<b>Asignaturas (materias y espacios obligatorios)</b>	<b>Carga Horaria</b>	<b>Régimen de Cursada</b>	<b>Correlatividad</b>
<b>19</b>	Gestión Popular de Medios Públicos y Comunitarios	4	Cuatrimestral	11
<b>20</b>	Desarrollo y Sostenibilidad de Proyectos, Programas y Medios de Comunicación	4	Cuatrimestral	11 y 19
<b>21</b>	Taller de Técnicas de Animación Sociocultural	4	Cuatrimestral	10
<b>22</b>	Estructura Social y Procesos Políticos Argentinos	4	Cuatrimestral	13
<b>23</b>	Sistematización y Producción de Conocimiento	4	Cuatrimestral	3 y 19

---

**Primero, Segundo y Tercer Ciclo Prácticas Integradoras, Laboratorios y Prueba de Idioma Extranjero - Originario**

---

**Códi Asignatura Carga Horaria Régimen de Cursada Correlatividad go**

9	Taller de Práctica Integral I	4	Cuatrimestral	
18	Taller de Práctica Integral II	4	Anual	9
24	Taller de Práctica Integral III	4	Anual	18
25	Laboratorio Creativo Sonoro	4	Cuatrimestral	14 y 16
26	Laboratorio Creativo Visual	4	Cuatrimestral	14 y 16
27	Prueba de Idioma Extranjero-Originario	4	Cuatrimestral	

---