



Facultad de Periodismo y Comunicación Social

Tecnatura Universitaria en
Comunicación Popular

Reforma del Plan de Estudios 2017

Fundamentación de la modificación del plan de estudios

La Tecnicatura Universitaria en Comunicación Popular Plan de estudios 2013 constituye una propuesta pedagógica de innovación para la Universidad Pública de Argentina y de América Latina en la medida que es la primera carrera universitaria que organiza un trayecto educativo vinculado a la comunicación social y los procesos políticos culturales emancipatorios del continente. La misma recupera el legado de sujetos colectivos y de prácticas socio culturales desarrollados en el ámbito de las políticas públicas, organizaciones populares políticas, sociales, culturales, sindicales, medios de comunicación, movimientos sociales que movilizan perspectivas y procesos de comunicación con fuerte performatividad política y capacidad de construir democracia, justicia e igualdad.

La Facultad de Periodismo y Comunicación Social tal como expresa en el documento original de la carrera expresa:

"El desafío de la Tecnicatura 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 su plan original la carrera situaba sus objetivos y propuestas tras el desarrollo del nuevo paradigma de la Comunicación planteado a partir de la sanción de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522, que luego del 10 de diciembre del año 2015 ha sido mutilada por los Decretos de Necesidad y Urgencia N° 13, N° 236 y N° 267 efectuados por el nuevo gobierno nacional.

El escenario actual de la Comunicación basado en la hiperconcentración mediática y en el dispositivo jurídico y político-cultural que favorece al sector privado y a la economía del capital concentrado es anuente con un modelo de sociedad neoliberal. Históricamente la construcción social y cultural del campo de la Comunicación popular ha surgido como maya expresiva e insurgente de mayorías ciudadanas para un tipo de sociedad con un enfoque de derechos humanos. Vale decir, su devenir singular en tanto tejido de practicas, sujetos y saberes tiene potencia en la medida que puede interferir sociedades desiguales en favor de modos de existencia igualitarias, justas, soberanas y democráticas.

Este escenario re-sitúa los objetivos planteados pero no los abandona. Por el contrario los mismos son reivindicados y mejorados. Algunos de ellos reformulados sin perder su sentido original. Al mismo tiempo y en razón de contribuir a enriquecer el proyecto y en coherencia de un saber situado los volvemos a plantear reformulandolos.

En coherencia con la perspectiva de la Comunicación, la propuesta educativa tras su desarrollo original durante los años 2014, 2015, 2016 y 2017, durante un año de trabajo (2016) se logró desarrollar un proceso participativo entre toda la comunidad académica: estudiantes, docentes e inclusive se lograron aportes de organizaciones socio culturales y agentes sociales avisados en políticas de estado y medios de comunicación, activistas de los enfoques asumidos. Mediante la instancia de foros sistematizados se reorganizó el plan de estudios incorporando el aporte de todos y todas.

Síntesis de los cambios introducidos

Los cambios introducidos son de distinta índole.

1) En primer lugar se incorpora una nueva modalidad de asignaturas: a las materias obligatorias y optativas, se le agregan materias obligatorio-electivas. Se trata de espacios que combinan las dos variables: la obligatoriedad con la posibilidad de elección. Se expresa en términos obligatorios que el estudiante complete determinado espacio curricular, pero se ofrecen una serie de variables entre las cuales puede optar. Estas variables constituyen diversos modos y/o perspectivas de abordar la cuestión central planteada en la denominación del espacio señalado como obligatorio.

2) Por su parte, se crearon las siguientes asignaturas:

Taller de introducción a la comunicación popular: materia bimestral introductoria a la carrera.

Comunicación y Género: en la que se recuperan los aportes de los estudios de género en clave comunicacional.

Además se crean las siguientes bandejas de materias electivas, incorporando en ellas materias que no eran ofrecidas en la carrera:

Debates contemporáneos en comunicación, que incluye **Comunicación y educación** (recupera los aportes de las pedagogías críticas para reconocer la dimensión educativa de los procesos comunicacionales y la dimensión comunicacional de los procesos pedagógicos); **Comunicación pública y política** (parte de las problematizaciones sobre el Estado y la política para el diseño de estrategias de comunicación en el campo político) y un **Seminario interdisciplinario.**

Experiencias y procesos emancipatorios, que incluye materias que eran obligatorias en la anterior versión del plan de estudios y, en esta propuesta, cambian su nombre y mínimamente sus contenidos: **Procesos de descolonización y luchas anti-imperialistas del siglo XX;** **Acción colectiva y organización popular en la historia Argentina;** **Genealogías del pensamiento emancipatorio en América Latina**

Estrategias de comunicación popular: que incluye **Estrategias de comunicación gráficas** (que apunta a la Realización integral de un proyecto de comunicación vinculado a la producción escrita); **Estrategias de comunicación sonoras y radiales** (que apunta a la Realización integral de un proyecto de comunicación vinculado a la producción radial); **Estrategias de comunicación Audiovisuales** (que apunta a la Realización integral de un proyecto de comunicación vinculado a la producción audiovisual) **Producción de materiales educativos** (que trabaja sobre experiencias, perspectivas y teorías sobre materiales educativos) **Taller de producción de estrategias y productos comunicacionales** (que aborda la planificación de estrategias de comunicación: sus destinatarios, mensajes y soportes) **Taller de producción de contenidos y narrativas digitales** (recupera una perspectiva sobre la producción comunicacional en medios y formatos digitales).

3) A su vez, algunas materias transforman levemente su nombre y sus contenidos:

Planificación y gestión de políticas de comunicación pasa a llamarse **Políticas de comunicación**

Estudios de la sociedad y la cultura pasa a llamarse **Comunicación, cultura y poder**

Taller de géneros y formatos pasa a llamarse **Taller de narrativas y géneros gráficos**

Taller de técnicas de animación sociocultural pasa a llamarse **Producción y gestión cultural**

Laboratorio creativo audiovisual pasa a llamarse **Taller de narrativas y géneros audiovisuales**

Laboratorio creativo sonoro pasa a llamarse **Taller de narrativas y géneros sonoros y radiales**

Historia política y cultural contemporánea pasa a llamarse **Procesos de descolonización y luchas anti-imperialistas del siglo XX**

Introducción a las ciencias sociales pasa a llamarse **Genealogías del pensamiento emancipatorio en América Latina**

Estructura social y procesos políticos argentinos pasa a llamarse **Acción colectiva y organización popular en la historia Argentina**

4) Por su parte, algunas asignaturas cambian de año:

Políticas de comunicación (que en la versión anterior se denominaba Planificación y gestión de políticas de comunicación) pasa del segundo al primer año.

Taller de producción y realización de contenidos pasa del segundo al primer año

Taller de narrativas y géneros sonoros y radiales (que en la versión anterior se denominaba Laboratorio creativo sonoro) pasa del tercero al segundo año.

Taller de narrativas y géneros audiovisuales (que en la versión anterior se denominaba Laboratorio creativo audiovisual) pasa del tercero al segundo año.

5) Finalmente, las **Prácticas Integradoras I y II** reducen su carga horaria a la mitad al pasar de la modalidad anual a la cuatrimestral.

Objetivos de la formación

El desafío de la Tecnicatura Universitaria 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:

- **Fortalecer las nociones y perspectivas del derecho a la comunicación** tomando como ejemplo las normativas que lo hicieron posible en América Latina (Ej. Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual 26522 entre otras) v 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.

- **Fortalecer a la Comunicación desde los enfoques de derechos humanos**, en los que las cosmovisiones surgidas de las epistemologías del sur se vuelvan trama y multiplicidad de mirada que sean capaces de alterar el orden que plantea la concentración del neoliberalismo, para gestar otra sociedad basada en modos de existencia igualitaria. En este sentido las perspectivas de movimientos de mujeres, de migrantes, juveniles, lgtb, indigenistas, vinculados a la agricultura familiar, y artísticos, hacen parte de la trama

comprensiva de la Comunicación popular.

- **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.

- **Identificar las vincularidades entre los dispositivos mediáticos, organizacionales y públicos, así como reconocer e identificar en medio de esta vincularidad, las lógicas de mercado que regulan y ahogan los procesos de toda de la palabra por parte de las mayorías sociales.** Se trata de promover el aprendizaje en el diseño y gestión de estrategias de Comunicación en diferentes ámbitos territoriales, universidad, organizaciones populares, políticas públicas, medios digitales, múltiplataforma. Estrategias de comunicación que están situadas en escenarios diferenciados pero cuyos dispositivos están en relación. Al mismo tiempo que se logre aprender procedimientos participativos comunitarios direccionados a la incidencia en las políticas de estado y al fortalecimiento de imaginarios que crean idea de futuro y de sociedad más ligados a las necesidades propias y no a aquellas que marca la hegemonía del capital.

- **Aportar al fortalecimiento del tejido social.** La movilización social, cultural y política organizada o no, pone atención en la Comunicación como dimensión simbólica y política en la medida que es constitutiva del modo de nombrar y hacer la sociedad en la que se quiere vivir. En este sentido, se disponen contenidos que construyan capacidades en términos de perspectiva comunicacional para el diseño de procesos de significación múltiple y diversas nacidas la lucha por la justicia 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 desnaturalizar sentidos, evidenciar los conflictos sociales, objetivar las miradas de los más afectados por esos conflicto, producir diálogo ciudadano que favorezca la democratización de la sociedad como fruto de la justicia social. 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 identificadas desde una dimensión comunicacional implica identificar procedimientos de significación y de incidencia en el modo de construcción del estado y la sociedad. En los puntos de salida y en los de llegada de las políticas públicas, es imprescindible la acción permanente de organizaciones sociales, culturales, políticas y de medios de comunicación que trabajen en una perspectiva popular y democrática. Es preciso hacer de la comunicación una política pública y no sólo comunicación de las políticas públicas

- **Reconstruir la figura de la persona comunicadora popular.** Se configura de este modo

un nuevo comunicador/ comunicadora que identifica su saber profesional individual y su capacidad colectiva para actuar e intervenir. La persona comunicadora popular adquiere un perfil trabajador integral, donde su cosmovisión se produce a partir de la diversidad de contenidos aprehendidos y en su potencial para producir la integración con otros, reconocer y potenciar procesos de identificación, alteridad y empoderamiento, y transformar permanentemente las condiciones de injusticia. Desnaturalizar situaciones injustas, social, cultural, económica y políticamente expresadas en los discursos sociales que afectan a la toma de decisiones es el objetivo de la Comunicación popular así como crear, gestar procesos de significación regulados por las necesidades y los derechos de las personas y de los grupos sociales y no de los negocios de los grupos concentrados de la economía.

- **Crear nuevos modos de producción y de legitimación de conocimiento asumiendo las narrativas digitales de manera estratégica.** Resulta indispensable que los comunicadores y las comunicadoras populares reconozcan otros modos de producción del conocimiento social, para poner en valor y legitimar miradas, actores y proyectos silenciados históricamente, y recuperar memorias que fueron corridas hacia los márgenes de las culturas durante décadas de expropiación violenta de los valores culturales populares. 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.

- **Aprender a desarrollar la gestión, la producción de contenidos con los lenguajes multiplataforma, digitales, radiofónicos, audiovisuales, gráficos, fotográficos, artísticos culturales, periodísticos reconociendo sus narrativas al mismo tiempo que se construyen y alimentan de las narrativas de las hablas populares y las identidades que les dan vida.** En este sentido la producción personal y colectiva y la expresión de las y los estudiantes recupera el derecho de comunicar de ellas y de ellos así como también la de aprender a favorecer la producción comunicativa mediante procesos culturales para que la ciudadanía puede tomar la palabra.

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.*

Pensamos a la comunicación popular asociada a dos conceptos clave como territorio y lucha, lo que 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 popular 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 popular no alcanzan únicamente a los trabajadores profesionales, 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 populares 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.

El trabajo sobre 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*. 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.

Por todo esto, la línea principal que aquí se propone reconoce la necesidad de formar comunicadores populares con gran compromiso con los procesos de transformación de la realidad, que puedan asumir una posición política respecto a los procesos de comunicación 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.

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. 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.

Horizonte de formación: hacia un perfil del profesional

El objetivo principal de la propuesta de formación de la Tecnatura Universitaria 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 Universitario 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.
- 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 Universitario en Comunicación Popular podrá participar profesionalmente desarrollando prácticas y saberes de acuerdo a las siguientes incumbencias:

- Diseñar, planificar y gestionar políticas y estrategias de comunicación con perspectiva de género en organizaciones populares (sociales, culturales, sindicales, políticas, universitarias) y en el marco de políticas públicas.
- Diseñar, planificar y gestionar de manera integral y sostenible medios públicos, comunitarios y populares.
- Desarrollar proyectos y procesos comunicacionales para la organización comunitaria en diversidad de territorios locales, nacionales
- Gestionar y realizar producción de contenidos en multiplicidad de lenguajes comunicacionales en soportes digitales y analógicos.

Áreas de desempeño

Desde la perspectiva de los ámbitos del desempeño profesional, el Técnico Universitario 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

La Tecnicatura Universitaria 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 ciencias sociales

Este área define la especificidad de la tecnicatura desde una perspectiva de comunicación. Traza un recorrido en el que se articulan contenidos que proponen explorar la conformación del campo de la comunicación en general, profundizando en la comunicación popular y 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 conceptos clave para definir la especificidad de la oferta académica de la tecnicatura como la comunicación y lo popular. Se intenta de este modo producir conocimiento específico para construir herramientas que permitan al técnico en comunicación popular 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.

En este sentido se proponen 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 Universitarios 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. 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

Lenguajes y Tecnologías

El objetivo fundamental de esta 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.

También apunta a reconocer las especificidades de los procesos de gestión de la comunicación, desarrollar una mirada sobre el diseño de estrategias de comunicación en relación con lo público e identificar herramientas para el diseño y la sostenibilidad de los proyectos de comunicación y su inserción territorial.

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.

Tabla de espacios curriculares

Carrera: Tecnicatura Universitaria en Comunicación Popular Título: Técnico Universitario en Comunicación Popular						Plan: 2017	
Ciclo	Cód.	Nombre	Reg.	Carácter	Correlatividades (*)	Hs. Sem.	Hs Totales
1	1	Taller de introducción a la comunicación popular	Bimestral	Obligatoria		96	
1	2	Políticas de comunicación	Cuatrimstral	Obligatoria		64	
1	3	Comunicación popular I	Cuatrimstral	Obligatoria		64	
1	4	Comunicación y derechos humanos	Cuatrimstral	Obligatoria		64	
1	5	Comunicación, cultura y poder	Cuatrimstral	Obligatoria		64	
1	6	Historia del pensamiento social y político latinoamericano	Cuatrimstral	Obligatoria		64	
1	7	Taller integral de lenguajes y narrativas	Cuatrimstral	Obligatoria		48	
1	8	Taller de narración oral y escrita	Cuatrimstral	Obligatoria		48	
1	9	Taller de producción y realización de contenidos	Cuatrimstral	Obligatoria		48	
1	10	Práctica integradora I	Cuatrimstral	Obligatoria		48	
2	11	Comunicación popular II	Cuatrimstral	Obligatoria	3, 4 o 5 (*)	64	
2	12	Medios de comunicación y poder en América Latina	Cuatrimstral	Obligatoria	2, 3 o 5 (*)	64	
2	13	Comunicación y Género	Cuatrimstral	Obligatoria	3, 4 o 5 (*)	64	
2	14	Debates contemporáneos en comunicación	Cuatrimstral	Obligatoria	2, 3, 4 o 5 (*)	-	
2	31	Comunicación y educación	Cuatrimstral	Electiva		64	
2	32	Comunicación pública y política	Cuatrimstral	Electiva		64	

2	33	Seminario interdisciplinario	Cuatrimestral	Electiva		48
2	15	Taller de estructura narrativa	Cuatrimestral	Obligatoria	7, 8 o 9 (*)	48
2	16	Taller de narrativas y géneros gráficos	Cuatrimestral	Obligatoria	7, 8 o 9 (*)	48
2	17	Taller de narrativas y géneros sonoros y radiales	Cuatrimestral	Obligatoria	7, 8 o 9 (*)	48
2	18	Taller de narrativas y géneros audiovisuales	Cuatrimestral	Obligatoria	7, 8 o 9 (*)	48
2	19	Práctica integradora II	Cuatrimestral	Obligatoria	10	48
3	20	Idioma	Cuatrimestral	Obligatoria	8	64
3	21	Experiencias y procesos emancipatorios	Cuatrimestral	Obligatoria	3, 6 o 14 (*)	-
3	34	Procesos de descolonización y luchas anti-imperialistas del siglo XX	Cuatrimestral	Electiva		64
3	35	Acción colectiva y organización popular en la historia Argentina	Cuatrimestral	Electiva		64
3	36	Genealogías del pensamiento emancipatorio en América Latina	Cuatrimestral	Electiva		64
3	22	Taller de edición y montaje	Cuatrimestral	Obligatoria	16, 17 o 18 (*)	48
3	23	Gestión popular de medios públicos y comunitarios	Cuatrimestral	Obligatoria	16, 17 o 18 (*)	48
3	24	Desarrollo y sostenibilidad de proyectos, programas y medios de comunicación	Cuatrimestral	Obligatoria	16, 17 o 18 (*)	48
3	25	Estrategias de comunicación popular	Cuatrimestral	Obligatoria	16, 17 o 18 (*)	-
3	37	Estrategias de comunicación gráficas	Cuatrimestral	Electiva		48
3	38	Estrategias de comunicación sonoras y radiales	Cuatrimestral	Electiva		48
3	39	Estrategias de comunicación Audiovisuales	Cuatrimestral	Electiva		48
3	40	Producción de materiales educativos	Cuatrimestral	Electiva		64
3	41	Taller de producción de estrategias y productos comunicacionales	Cuatrimestral	Electiva		48
3	42	Taller de producción de contenidos y narrativas digitales	Cuatrimestral	Electiva		64
3	43	Seminario interdisciplinario	Cuatrimestral	Electiva		48
3	26	Práctica integradora III	Cuatrimestral	Obligatoria		48
3	27	Sistematización y producción de conocimiento	Cuatrimestral	Obligatoria		48
3	28	Producción y gestión cultural	Cuatrimestral	Obligatoria		48
-	29	Optativa 1	Cuatrimestral	Optativa		64
-	30	Optativa 2	Cuatrimestral	Optativa		64
TOTAL DE HORAS DEL PLAN						1712-1680 (*2)

(*) Cuando se indica más de una asignatura, debe interpretarse que la aprobación de cualquiera de las materias referidas

habilita la cursada de la correlativa.

(*2) El total de horas del Plan de estudios varía entre 1712 y 1680 de acuerdo a las materias electivas que elija el estudiante.

Tablas de asignaturas por ciclo

A las tablas aquí expuestas debe adicionársele dos materias optativas que podrán cursarse en cualquiera de los tres ciclos.

Bimestre inicial (Asignaturas Obligatorias)		
COMUNICACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES	LENGUAJES Y TECNOLOGÍAS	PRÁCTICAS INTEGRADORAS
Taller de introducción a la comunicación popular		

Primer Ciclo (Asignaturas Obligatorias)		
COMUNICACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES	LENGUAJES Y TECNOLOGÍAS	PRÁCTICAS INTEGRADORAS
Políticas de comunicación Comunicación popular I Comunicación y derechos humanos Comunicación, cultura y poder Historia del pensamiento social y político latinoamericano	Taller integral de lenguajes y narrativas Taller de narración oral y escrita Taller de producción y realización de contenidos	Práctica integradora I

Segundo Ciclo (Asignaturas Obligatorias y Electivas)		
COMUNICACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES	LENGUAJES Y TECNOLOGÍAS	PRÁCTICAS INTEGRADORAS
Comunicación popular II Medios de comunicación y poder en América Latina Comunicación y Género Debates contemporáneos en comunicación: - Comunicación y	Taller de estructura narrativa Taller de narrativas y géneros gráficos Taller de narrativas y géneros sonoros y radiales Taller de narrativas y géneros audiovisuales	Práctica integradora II

educación - Comunicación pública y política - Seminario interdisciplinario		
--	--	--

Tercer Ciclo (Asignaturas Obligatorias y Electivas)		
COMUNICACIÓN Y CIENCIAS SOCIALES	LENGUAJES Y TECNOLOGÍAS	PRÁCTICAS INTEGRADORAS
Idioma Experiencias y procesos emancipatorios: - Procesos de descolonización y luchas anti-imperialistas del siglo XX - Acción colectiva y organización popular en la historia Argentina - Genealogías del pensamiento emancipatorio en América Latina	Taller de edición y montaje Gestión popular de medios públicos y comunitarios Desarrollo y sostenibilidad de proyectos, programas y medios de comunicación Estrategias de comunicación popular: - Estrategias de comunicación gráficas - Estrategias de comunicación sonoras y radiales - Estrategias de comunicación Audiovisuales - Producción de materiales educativos - Taller de producción de estrategias y productos comunicacionales - Taller de producción de contenidos y narrativas digitales - Seminario	Práctica integradora III Sistematización y producción de conocimiento Producción y gestión cultural

	interdisciplinario	
--	--------------------	--

Síntesis de la estructura curricular

Carrera: Tecnicatura Universitaria en Comunicación Popular Título: Técnico Universitario en Comunicación Popular Plan: 2017	Cantidad	Horas
Asignaturas obligatorias	24	1296
Asignaturas obligatorio-electivas	3	256-288 (*2)
Asignaturas optativas	2	128
Total asignaturas	29	1680- 1712 (*)

(*) El total de horas del Plan de estudios varía entre 1712 y 1680 de acuerdo a las materias electivas que elija el estudiante.

(*2) El total de horas de materias electivas varía de acuerdo a las asignaturas que elija el estudiante.

Estrategias de acreditación y promoción

Las asignaturas teórico-prácticas serán de promoción abierta, esto es, sin límites en el número de aspirantes que optaran por esa modalidad de cursada.

Los requisitos de acreditación y promoción estarán estipulados en el Régimen General de Enseñanza que elabora la institución, definiendo los sistemas de promoción:

- a) Promoción con evaluación parcial y examen final
- b) Promoción abierta con evaluación parcial y sin examen final
- c) Promoción libre mediante examen final

Según lo establecido, las condiciones para promocionar una materia sin examen final son:

- a) Asistencia obligatoria al 80% de las clases teóricas y prácticas.
- b) Cumplimentación y aprobación, como mínimo, del 80% de los trabajos prácticos.
- c) Aprobación de la totalidad de las pruebas parciales.

Las materias teórico prácticas y los seminarios interdisciplinarios se aprueban con un mínimo de 7 (siete) puntos. Los talleres se aprueban con un mínimo de 6 (seis) puntos.

Los seminarios interdisciplinarios y los talleres sólo se aprueban con el régimen de promoción abierta con evaluación parcial y sin examen final. Para acceder al régimen de promoción con examen final, la aprobación de las materias será con un mínimo de 4 (cuatro) puntos. En este caso sólo es obligatoria la asistencia y aprobación de las pruebas parciales de los prácticos, no así de los teóricos.

Por otra parte, la implementación de una estructura que propone recorridos cuatrimestrales de aprendizaje plantea la necesidad de revisión de los modos de evaluación entendidos de manera convencional para acreditar saberes.

La articulación de la finalidad de las materias cuatrimestrales hará que el/la estudiante se

encuentre ante varias situaciones de cierre de evaluaciones numéricas, lo que prevé una condensación de acreditaciones que deben ser respondidas por el/la estudiante pero que tienen que ser planificadas por los/las docentes de los diferentes espacios curriculares a fin de no entorpecer el proceso formativo integral.

Es por ello, que se promueve a que la aprobación de los conocimientos adquiridos tanto en las materias teórico prácticas, como los espacios de talleres y los seminarios interdisciplinarios no debe circunscribirse, necesariamente, a la acreditación por medio de evaluaciones escritas u orales que den cuenta del material trabajado por los/las estudiantes en el espacio áulico a través de preguntas formuladas por los/las docentes. El trabajo de articulación de los conocimientos podrá ser trabajado desde diferentes pedagogías que fortalezcan el recorrido conceptual internalizado, sumando a ello la recuperación de la integralidad de la práctica educativa.

Por lo mismo se contemplan además de los modelos convencionales de evaluación y acreditación a través de exámenes escritos y/u orales; el reconocimiento de las prácticas comunicacionales desarrolladas por los/las estudiantes en los espacios institucionales como en los espacios de formación en extensión e investigación que contempla la Universidad y la Facultad; la puesta en valor de las prácticas realizadas en el cada espacio curricular que podrá ser evaluado en su integralidad; la coordinación de instancias de evaluación intercátedras recuperando trabajos realizados en otros espacios curriculares para la profundización a través del análisis, la producción, la gestión con los aportes de diferentes recorridos, entre otros.

Para todas las instancias de evaluación propuestas se contemplará una instancia de recuperación si el/la estudiante no alcanzara los contenidos solicitados. Así mismo se contempla una instancia de recuperación final, entendiéndola como una tercera instancia evaluativa si el/la estudiante no alcanzara los objetivos propuestos, tampoco, en la instancia de recuperación.

Tabla de equivalencias

Tecnicatura Universitaria en Comunicación Popular (Plan 2017)	Licenciatura en Comunicación Social (Plan 2014)
Taller de introducción a la comunicación Popular	Taller de introducción a la comunicación social
Políticas de comunicación	Modernidades, medios y poder
Comunicación popular I	Introducción a los estudios de la Comunicación
Comunicación y derechos humanos	Comunicación y Derechos Humanos
Comunicación, cultura y poder	Modernidades, medios y poder
Historia del pensamiento social y político latinoamericano	Historia de los procesos sociales y políticos de América Latina
Taller integral de lenguajes y narrativas	Taller integral de lenguajes y narrativas
Taller de narración oral y escrita	Taller de lectura y escritura I
Taller de producción y realización de contenidos	Taller de análisis de la información
Práctica integradora I	
Comunicación popular II	Introducción a los estudios del lenguaje y los discursos
Medios de comunicación y poder en América Latina	Estudios de comunicación en América Latina
Comunicación y Género	Comunicación y Cultura
Debates contemporáneos en comunicación	Debates contemporáneos en comunicación
Comunicación y educación	-

Comunicación pública y política	-
Seminario interdisciplinario	-
Taller de estructura narrativa	Laboratorio creativo de escritura I
Taller de narrativas y géneros gráficos	Taller de producción de contenidos y narrativas gráficas
Taller de narrativas y géneros sonoros y radiales	Taller de producción de contenidos y narrativas sonoras y radiales
Taller de narrativas y géneros audiovisuales	Taller de producción de contenidos y narrativas audiovisuales
Práctica integradora II	
Idioma	Idioma
Experiencias y procesos emancipatorios	
Procesos de descolonización y luchas anti-imperialistas del siglo XX	Comunicación y sociedad
Acción colectiva y organización popular en la historia Argentina	Historia de los procesos políticos y socioeconómicos de la Argentina Cuatrimestral Obligatoria - Historia del periodismo contemporánea
Genealogías del pensamiento emancipatorio en América Latina	Introducción al pensamiento social y político contemporáneo
Taller de edición y montaje	Taller de realización de proyectos sonoros y radiales
Gestión popular de medios públicos y comunitarios	Taller de realización de proyectos audiovisuales
Desarrollo y sostenibilidad de proyectos, programas y medios de comunicación	Planificación de políticas de comunicación
Estrategias de comunicación popular	
Estrategias de comunicación gráficas	Estrategias de comunicación gráficas
Estrategias de comunicación sonoras y radiales	Estrategias de comunicación sonoras y radiales
Estrategias de comunicación Audiovisuales	Estrategias de comunicación Audiovisuales
Producción de materiales educativos	Producción de materiales educativos
Taller de producción de estrategias y productos comunicacionales	Taller de producción de estrategias y productos comunicacionales
Taller de producción de contenidos y narrativas digitales	Taller de producción de contenidos y narrativas digitales
Seminario interdisciplinario	
Práctica integradora III	Taller de realización de proyectos gráficos
Sistematización y producción de conocimiento	Metodología de la investigación en comunicación social I
Producción y gestión cultural	
Optativa 1	
Optativa 2	

Contenidos mínimos

Nombre de la asignatura:
Taller de introducción a la comunicación popular

Código: 1

Régimen de cursada: Bimestral

Carga Horaria Semanal Horas Teórico Horas Práctico Horas Teórico-práctico

12

12

Contenidos mínimos:

Primeras nociones de comunicación popular. Recorridos por sus principales definiciones. La

comunicación popular en perspectiva histórica. Problemas y debates en torno a la comunicación. Introducción al estudio de los medios de comunicación. Ciencias sociales y comunicación. La comunicación como objeto de estudio. Dimensiones teórico prácticas de la comunicación: medios y mediaciones. La producción social de sentido. La construcción social de la realidad. Objetivismo y subjetivismo. Medios, cultura y poder. Políticas de comunicación

Nombre de la asignatura:
Políticas de comunicación

Código: 2
Régimen de cursada: Cuatrimestral

Carga Horaria Semanal	Horas Teórico	Horas Práctico	Horas Teórico-práctico
4	2	2	-

Contenidos mínimos:

Derecho a la Comunicación y libertad de expresión. La evolución histórica de las políticas de comunicación en el país a partir del siglo XX. Estado, medios e industrias culturales. Concepto de servicio público y servicio de interés público. Etapas de políticas y planificación de medios. Mapa del orden comunicacional. Hegemonías de mercado. Vínculo entre la historia de los medios en la Argentina con los principales acontecimientos políticos y económicos del país. Los marcos regulatorios como políticas de comunicación: definiciones específicas en Argentina y en América Latina

Nombre de la asignatura:
Comunicación popular I

Código: 3
Régimen de cursada: Cuatrimestral

Carga Horaria Semanal	Horas Teórico	Horas Práctico	Horas Teórico-práctico
4	2	2	-

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: 4
Régimen de cursada: Cuatrimestral

Carga Horaria Semanal	Horas Teórico	Horas Práctico	Horas Teórico-práctico
4	2	2	-

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:
Comunicación, cultura y poder

Código: 5
Régimen de cursada: Cuatrimestral

Carga Horaria Semanal	Horas Teórico	Horas Práctico	Horas Teórico-práctico
4	2	2	-

Contenidos mínimos:

Poder y cultura(s): la producción simbólica en contextos de desigualdad. Desigualdades sociales y desigualdades culturales: relaciones y especificidades. Los procesos de circulación cultural. Las tecnologías mediáticas en la configuración cultural. Lo masivo y lo popular

Nombre de la asignatura:
Historia del pensamiento social y político latinoamericano

Código: 6
Régimen de cursada: Cuatrimestral

Carga Horaria Semanal	Horas Teórico	Horas Práctico	Horas Teórico-práctico
4	2	2	-

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 integral de lenguajes y narrativas

Código: 7

Régimen de cursada: Cuatrimestral

Carga Horaria Semanal	Horas Teórico	Horas Práctico	Horas Teórico-práctico
3	-	-	3

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: 8

Régimen de cursada: Cuatrimestral

Carga Horaria Semanal	Horas Teórico	Horas Práctico	Horas Teórico-práctico
3	-	-	3

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 producción y realización de contenidos

Código: 9
Régimen de cursada: Cuatrimestral

Carga Horaria Semanal	Horas Teórico	Horas Práctico	Horas Teórico-práctico
3	-	-	3

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:
Práctica integradora I

Código: 10
Régimen de cursada: Cuatrimestral

Carga Horaria Semanal	Horas Teórico	Horas Práctico	Horas Teórico-práctico
3	-	-	3

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: 11
Régimen de cursada: Cuatrimestral

Carga Horaria Semanal	Horas Teórico	Horas Práctico	Horas Teórico-práctico
4	2	2	-

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: 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	-

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: Comunicación y Género

Código: 13

Régimen de cursada: Cuatrimestral

Carga Horaria Semanal	Horas Teórico	Horas Práctico	Horas Teórico-práctico
4	2	2	-

Contenidos mínimos:

Genealogía de la relación entre perspectiva de género y comunicación en América Latina. Dispositivos simbólicos y subjetividad. El género como formación de poder. Experiencias de comunicación en torno a demandas de género ligadas a movimientos populares.

Nombre de la asignatura:

Debates contemporáneos en comunicación

Código: 14

Régimen de cursada: Cuatrimestral

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

Contenidos mínimos (electivos):

COD. – 31 – Comunicación y educación (4hs semanales: 2hs teóricas y 2hs prácticas)

Los modos de relacionar comunicación y educación: ámbitos, prácticas y perspectivas en América Latina. Articulaciones entre la formación de sujetos y subjetividades y la producción de sentidos y significados. El carácter formativo de los discursos y espacios sociales: interpelaciones, reconocimientos subjetivos y campo educativo. Metodología y praxis político-cultural en el campo territorial de Comunicación/Educación: espacios institucionales-educativos, mediático-tecnológicos y socio-comunitarios. Acceso histórico-político al campo de Comunicación/Educación en América Latina: la escolarización moderna, la comunicación/educación comunal, el difusionismo desarrollista, la perspectiva latinoamericana. El horizonte político de la praxis de Comunicación/Educación popular. Multiculturalismo: discurso/ formación/ subjetividad/ proyectos opresivos sexistas, clasista y de género. Tecnología y Educación desde un posicionamiento

Comunicacional/Educativo: plataformas teórico-metodológicas para la comprensión político-cultural de la convergencia digital. Las experiencias, los múltiples saberes y los legados culturales en el contexto de la conversión tecnológica. La cultura mediática como articuladora de posiciones hegemónicas en relación con los saberes, los discursos y los cuerpos. Las nuevas tecnologías como plataformas políticas del encuentro/desencuentro. El periodismo desde el punto de vista de Comunicación/Educación. El carácter político del comunicador/educador popular.

COD. – 32 - Comunicación pública y política (4hs semanales: 2hs teóricas y 2hs prácticas)

Política y poder. Comunicación pública /comunicación política/ Comunicación popular. Perspectivas y dimensiones teóricas. La política como mercado. Marketing político.

El campo político. Cultura política y política cultural. Lo nacional-popular y la hegemonía. La hegemonía como proceso discursivo y simbólico. Espacio público. Lo público como espacio de poder y lucha hegemónica.

Mediatización del espacio público. Digitalización. La tecnología como ideología. Espacio público digital, medios tradicionales y sujetos políticos. La política 2.0. La circulación del poder en las redes. Gobierno electrónico y ciudadanía. La e-democracia.

Comunicación de gobierno. Comunicar comunidad. La construcción de consenso. Mitos de gobierno. Comunicación masiva. Gestión de la comunicación no masiva. Campañas de bien público. Acciones Propaganda. Redes sociales. Comunicación en crisis. Análisis de campaña de gobierno.

Comunicación política electoral. Campañas electorales: conceptos, normativas, funciones y

realidades de la práctica. Escenarios socio políticos de las campañas. Los temas de campaña. Imagen del candidato. Construcción del mensaje político. Táctica y estrategia. Funciones y tipos de estrategias discursivas. Propaganda y publicidad electoral. Lenguajes y soportes. Anuncios políticos televisivos. Afiche político. La emoción como campo de batalla electoral. La relación con los medios y la opinión pública. La organización y la planificación de la campaña.

COD. – 33 - Seminario interdisciplinario (3hs semanales teórico-prácticas)

Periódicamente se aprobarán propuestas de Seminarios interdisciplinarios que complementen las opciones de electividad de este espacio curricular

Nombre de la asignatura:
Taller de estructura narrativa

Código: 15

Régimen de cursada: Cuatrimestral

Carga Horaria Semanal	Horas Teórico	Horas Práctico	Horas Teórico-práctico
3	-	-	3

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 narrativas y géneros gráficos

Código: 16

Régimen de cursada: Cuatrimestral

Carga Horaria Semanal	Horas Teórico	Horas Práctico	Horas Teórico-práctico
3	-	-	3

Contenidos mínimos:

Técnicas de creación y producción en comunicación desde la perspectiva de la generación de contenidos. La práctica concreta y específica de los comunicadores en la relación

lenguaje, soporte y medios. Géneros y formatos del lenguaje escrito. La prensa y el periodismo gráfico.

Nombre de la asignatura:
Taller de narrativas y géneros sonoros y radiales

Código: 17
Régimen de cursada: Cuatrimestral

Carga Horaria Semanal	Horas Teórico	Horas Práctico	Horas Teórico-práctico
3	-	-	3

Contenidos mínimos:

Técnicas de creación y producción en comunicación desde la perspectiva de la generación de contenidos. La práctica de la comunicación en la relación lenguaje, soporte y medios. Géneros y formatos radiofónicos. Estrategias de comunicación sonoras. Producción de mensajes propios para soporte radiofónico.

Nombre de la asignatura:
Taller de narrativas y géneros audiovisuales

Código: 18
Régimen de cursada: Cuatrimestral

Carga Horaria Semanal	Horas Teórico	Horas Práctico	Horas Teórico-práctico
3	-	-	3

Contenidos mínimos:

Técnicas de creación y producción en comunicación desde la perspectiva de la generación de contenidos. La práctica de la comunicación en la relación lenguaje, soporte y medios. La narración audiovisual. Formatos, soportes. Contenidos documentales, periodísticos y de ficción.

Nombre de la asignatura:
Práctica integradora II

Código: 19
Régimen de cursada: Cuatrimestral

Carga Horaria Semanal	Horas Teórico	Horas Práctico	Horas Teórico-práctico
3	-	-	3

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:

Capacitación en idiomas

Código: 20

Régimen de cursada: Cuatrimestral

Carga Horaria Semanal	Horas Teórico	Horas Práctico	Horas Teórico-práctico
4	2	2	-

Contenidos mínimos:

Dominio de herramientas básicas para establecer comunicaciones cotidianas en la lengua del idioma elegido.

Nombre de la asignatura:

Experiencias y procesos emancipatorios

Código: 21

Régimen de cursada: Cuatrimestral

Carga Horaria Semanal	Horas Teórico	Horas Práctico	Horas Teórico-práctico
4	2	2	-

Contenidos mínimos (electivos):

COD. – 34 – Procesos de descolonización y luchas anti-imperialistas del siglo XX

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 Supra nacionales 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.

COD. – 35 - Acción colectiva y organización popular en la historia Argentina

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

COD. – 36 - Genealogías del pensamiento emancipatorio en América Latina

Conocimiento situado: definición, alcances y perspectivas. El conocimiento en América Latina: dimensiones históricas y epistemológicas de producción. Principales posiciones epistemológicas/políticas y teóricas. El lugar de las ciencias sociales en Argentina. Comunicación y ciencias sociales: la dimensión política de los estudios de comunicación

Nombre de la asignatura:
Taller de edición y montaje

Código: 22

Régimen de cursada: Cuatrimestral

Carga Horaria Semanal	Horas Teórico	Horas Práctico	Horas Teórico-práctico
3	-	-	3

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:
Gestión popular de medios públicos y comunitarios

Código: 23

Régimen de cursada: Cuatrimestral

Carga Horaria Semanal	Horas Teórico	Horas Práctico	Horas Teórico-práctico
3	-	-	3

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.

Nombre de la asignatura:
Desarrollo y sostenibilidad de proyectos, programas y medios de comunicación

Código: 24

Régimen de cursada: Cuatrimestral

Carga Horaria Semanal	Horas Teórico	Horas Práctico	Horas Teórico-práctico
3	-	-	3

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:
Estrategias de comunicación popular

Código: 25

Régimen de cursada: Cuatrimestral

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

Contenidos mínimos (electivos):

COD. – 37 – Estrategias de comunicación gráficas (3hs semanales teórico prácticas)

Realización integral de un proyecto de comunicación vinculado a la producción escrita. De la idea a la concepción del proyecto y su consecuente realización. La organización de recursos, la producción y edición de contenidos. La puesta en marcha. Difusión y alcances. Interacción con los públicos. Articulación de lenguajes y soportes. Sostenibilidad y sustentabilidad. Experiencia concreta situada en contextos y territorios específicos. La

mirada estratégica de un proyecto mediático.

COD. – 38 - Estrategias de comunicación sonoras y radiales (3hs semanales teórico prácticas)

Realización integral de un proyecto de comunicación vinculado a la producción radiofónica. De la idea a la concepción del proyecto y su consecuente realización. La organización de recursos, la producción y edición de contenidos. La puesta en marcha. Difusión y alcances. Interacción con los públicos. Articulación de lenguajes y soportes. Sostenibilidad y sustentabilidad. Experiencia concreta situada en contextos y territorios específicos. La mirada estratégica de un proyecto mediático

COD. – 39 - Estrategias de comunicación audiovisuales (3hs semanales teórico prácticas)

Realización integral de un proyecto de comunicación vinculado a la producción audiovisual. De la idea a la concepción del proyecto y su consecuente realización. La organización de recursos, la producción y edición de contenidos. La puesta en marcha. Difusión y alcances. Interacción con los públicos. Articulación de lenguajes y soportes. Sostenibilidad y sustentabilidad. Experiencia concreta situada en contextos y territorios específicos. La mirada estratégica de un proyecto mediático

COD. – 40 - Producción de materiales educativos (4hs semanales: 2hs teóricas y 2hs prácticas)

Experiencias, perspectivas y teorías sobre materiales educativos. Los materiales como mediadores. Análisis, evaluación y validación de materiales. Criterios de producción de contenidos mediático-educativos en comunicación/educación. Usos y recuperaciones didácticas. Materiales pensados para distintos medios, ámbitos y sujetos. Producción de materiales para la enseñanza. Materiales educativos en diferentes soportes mediáticos: potencialidades y limitaciones.

COD. – 41 - Taller de producción de estrategias y productos comunicacionales (3hs semanales teórico prácticas)

Gestión de procesos de comunicación en las organizaciones, estrategias de comunicación, desarrollo de productos comunicacionales, el sentido de los productos comunicacionales, problemáticas a las que responden. La planificación de estrategias de comunicación: destinatarios, mensajes y soportes. Circulación y evaluación. Estrategia de desarrollo y estrategia de comunicación. 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. Narrativas transmedia. Identidad y estrategia. La validación de las estrategias de comunicación y la evaluación de los resultados

COD. – 42 – Taller de producción de contenidos y narrativas digitales (3hs semanales teórico prácticas)

Técnicas de creación y producción en comunicación desde la perspectiva de la generación de contenidos. La práctica de la comunicación en la relación lenguaje, soporte y medios. Los desafíos de la producción multimedia. Las diferentes plataformas tecnológicas y las redes sociales. Producir contenidos 2.0

COD. – 43 – Seminario interdisciplinario (3hs semanales teórico prácticas)

Periódicamente se aprobarán propuestas de Seminarios interdisciplinarios que complementen las opciones de electividad de este espacio curricular

Nombre de la asignatura:
Práctica integradora III

Código: 26

Régimen de cursada: Cuatrimestral

Carga Horaria Semanal	Horas Teórico	Horas Práctico	Horas Teórico-práctico
3	-	-	3

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:
Sistematización y producción de conocimiento

Código: 27

Régimen de cursada: Cuatrimestral

Carga Horaria Semanal	Horas Teórico	Horas Práctico	Horas Teórico-práctico
3	-	-	3

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: Producción y gestión cultural

Código: 28

Régimen de cursada: Cuatrimestral

Carga Horaria Semanal	Horas Teórico	Horas Práctico	Horas Teórico-práctico
3	-	-	3

Contenidos mínimos:

Modos de expresión y producción cultural. Actores de la gestión cultural: el estado, las organizaciones sociales y los agentes del mercado. Gestión y producción de procesos y eventos culturales. Consumos y usos como pautas de relación. La obra/evento y su contexto: identificación de territorios y procesos culturales. La obra y el evento como proceso de comunicación y producción de sentidos. Dispositivos para intervenir como espacios de comunicación y encuentro: espacios culturales, muestras, recitales, ferias, festivales, talleres, discos, libros, revistas.

Financiamiento de la propuesta

La reforma del Plan de estudios desarrollada en esta propuesta no requerirá nuevo financiamiento para la Facultad, ya que se solventará con los recursos que actualmente dispone esta institución.