



# TECNICATURA SUPERIOR EN COMUNICACIÓN SOCIAL ORIENTADA AL DESARROLLO LOCAL

---

## PLAN DE ESTUDIOS

Resolución n° 1496 - MEGC/12

---



GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES  
MINISTERIO DE EDUCACION







---

# ÍNDICE

<b>I. Introducción</b>	<b>6</b>
<b>II. Justificación, necesidad y oportunidad</b>	<b>8</b>
<b>III. Fundamentación / Marco teórico</b>	<b>10</b>
<b>IV. Finalidad de la carrera</b>	<b>14</b>
<b>V. Presentación de la estructura curricular</b>	<b>16</b>
1. Denominación de la carrera	17
2. Características generales	17
3. Título de egreso	17
4. Carga horaria total	17
5. Requisitos de ingreso	17
6. Alcances de la titulación	17
7. Perfil profesional según áreas de competencia	17
8. Rasgos profesionales	18
9. Ámbitos de trabajo	18
10. Ejes temáticos de la formación	19
11. Organización curricular	20
12. Cuadro de instancias curriculares por área formativa/ carga horaria por estudiante	21
Unidad curricular correspondiente a cada espacio curricular: materia, taller, seminario, práctica, etc.	22
<b>VI. Descripción de las Instancias Curriculares</b>	<b>24</b>
1. Área de formación general	25
2. Área de formación en comunicación	29
3. Área de comunicación multimedial	41
4. Área de prácticas profesionalizantes	49
<b>VII. Criterios para el Régimen Académico</b>	<b>54</b>
<b>VIII. Régimen de correlatividades</b>	<b>56</b>

---

# DENOMINACIÓN DEL PROYECTO

**Tecnicatura Superior en  
Comunicación Social  
orientada al desarrollo local**

I.

---

# INTRODUCCIÓN





Esta propuesta curricular ha sido elaborada en el marco de los actuales lineamientos federales respecto de las tecnicaturas superiores del área social y humanística, y según las definiciones de la resolución n° 6437/II ME/GCBA referida la elaboración de planes de estudio.

Al mismo tiempo, se han revisado diseños curriculares vigentes sobre este mismo campo tanto en los institutos de educación superior de diversas jurisdicciones provinciales como del ámbito universitario. También se han considerado las condiciones organizacionales, el régimen académico y los diseños curriculares de las carreras hoy vigentes en el ISTLYR (Tecnicatura en Recreación y Tecnicatura Superior en Pedagogía y Educación Social).

Han trabajado en la elaboración de esta propuesta profesores del ISTLYR y se han consultado a referentes de organizaciones, programas y medios de comunicación vinculados con la orientación de la carrera, como así también a colegas del área en el ámbito universitario.

La propuesta se inserta en un contexto de impulso a las Tecnicaturas Sociales y Humanísticas que tiene como meta formar técnicos y profesionales que puedan abordar nuevas y complejas realidades que se manifiestan en el ámbito local y nacional, tales como la economía social, la administración pública, la gestión cultural, la seguridad ciudadana, entre otras.

Caracterizando a la comunicación social como una dimensión de las prácticas sociales, que promueve la construcción de sentidos por parte de los actores del territorio y del propio Estado, que se ubica en un plano de fortalecimiento de los vínculos y relaciones que hacen posible el diálogo entre las mismas, propendiendo a la definición y puesta en marcha de líneas de acción en forma de planes, programas y proyectos de desarrollo, encontramos un campo propicio para su implementación.

La acción y la reflexión comunicacional son un conjunto de tareas que ponen en primer plano lo colectivo, lo relacional, lo diverso, lo multisectorial y multiactorial, encontramos que la formación de técnicos y profesionales de la comunicación en el escenario socioterritorial puede ser una estrategia tanto de visibilización de sus temas y problemas emergentes, como de construcción de espacios multidisciplinarios que los aborden en el mediano y largo plazo. Recuperamos como definiciones válidas en esta línea también las realizadas en el marco de los nuevos lineamientos para la Educación Secundaria Orientada, en su propuesta de Bachiller con orientación en Comunicación, que señala entre otras cosas que la comunicación “contribuye a fortalecer la demanda comunicacional, es decir, hacer más visibles los aportes que los estudios de la comunicación pueden realizar en múltiples espacios, como instituciones barriales, medios de comunicación comunitarios, regionales o locales, movimientos sociales, organismos estatales, ONGs, entre otros. Es necesario visibilizar la importancia de la comunicación para que las/los estudiantes puedan realizar aportes en diversas instituciones, utilizando sus conocimientos para encontrar soluciones a problemas relacionados con este ámbito”. (Gamarnik; Mistorigo: Documento Borrador para la Consulta Federal *Educación Secundaria Orientada. Bachiller con Orientación en Comunicación*. Huerta Grande, Córdoba, 2010)

# II.

---

## JUSTIFICACIÓN, NECESIDAD Y OPORTUNIDAD



Actualmente no hay en la ciudad ofertas públicas de gestión estatal para la formación de nivel superior en comunicación social general y tampoco para la orientación en desarrollo local, que aquí se propone. Creemos que corresponde entonces, garantizar la posibilidad de esta formación para los jóvenes que han terminado la escuela secundaria, considerando además que en la oferta pública de ese nivel se brinda una orientación comunicacional, lo cual genera expectativas de continuidad de estudios en este campo. Además de esta situación específica del nivel secundario y técnico superior del sistema educativo de la ciudad, estimamos que hay por lo menos tres situaciones contextuales y políticas con distinto alcance, que hacen/harán necesaria una oferta pública con esta orientación formativa en el campo de la comunicación social:

- El aumento exponencial de la cantidad de instituciones, organizaciones y medios de comunicación públicos y privados en el actual contexto sociocultural de tecnificación y digitalización de la vida urbana. Sobre esta cuestión sobreaman los análisis y diagnósticos especializados tanto a nivel local, nacional, regional e internacional que dan cuenta de las actuales y potenciales demandas de formación en este campo.
- El marco de las políticas comunicacionales vigentes a nivel nacional y local, especialmente a través de la ley de servicios audiovisuales propone y prevé espacio y desarrollo comunicacional para diversos actores sociales (públicos, privados y organizaciones comunitarias). Un avance en la democratización comunicacional implicará demandas de formación en los diversos niveles del sistema educativo, incluido el técnico superior.
- El desarrollo de las comunas, según lo previsto en la ley 1.777 de la ciudad, con sus correspondientes definiciones respecto de la participación ciudadana en vistas del desarrollo local (el artículo 10 estipula como competencia exclusiva de las comunas “llevar adelante toda acción que contribuya al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes y al desarrollo local”).

Asimismo, se propone que las juntas comunales y los consejos consultivos comunales planifiquen y promuevan “políticas de comunicación ciudadana, de acceso a la información y de participación vecinal” (artículos 26 y 35). Esta orientación estratégica respecto de la participación ciudadana en el espacio local, se verá fortalecida y necesitará de una formación en comunicación orientada explícitamente al desarrollo local, dando así consistencia e integración a estas políticas sociales y educativas de la ciudad.

# III.

---

## FUNDAMENTACIÓN/ MARCO TEÓRICO



*“La comunicación es un proceso social de producción, intercambio y negociación de formas simbólicas, fase constitutiva del ser práctico del hombre y del conocimiento que de allí se deriva. De este manera podemos decir que la comunicación se define por la acción porque es a través de nuestras acciones que vamos configurando modos de comunicación. Pero, al mismo tiempo, la comunicación que hacemos de nuestra acción, el lenguaje que utilizamos, constituye el sentido y el contenido de nuestra acción.” (Uranga, 2009)*

El objetivo estratégico de esta carrera se orienta a promover el ejercicio de la comunicación social en tanto derecho humano fundamental, condición necesaria para el diálogo y la interacción entre los distintos actores sociales en el horizonte de una sociedad más justa y democrática. Una comunicación enfocada desde este lugar implica no atender a este campo solamente en función de sus herramientas y técnicas, sino sustentada en la construcción de sentidos que afiancen los lazos sociales, construyan escenarios de debate y diálogo y promuevan una participación activa de la ciudadanía en las cuestiones públicas.

Un modelo de comunicación social orientado a la promoción del desarrollo social y cultural implica el reconocimiento de la acción de instituciones, organizaciones, grupos, que dinamizan la vida social en contextos dinámicos, en una tarea complementaria con un Estado abierto al diálogo y sustentado en una perspectiva de inclusión social. En este sentido, una lectura compleja de la realidad social se articula con la producción de materiales y discursos que promuevan el fortalecimiento y ampliación de los vínculos sociales y comunitarios, en el marco de planes de mediano y largo plazo que tengan como horizonte la construcción de mayores niveles de igualdad, acceso a derechos y reconocimiento de las distintas identidades y culturas existentes, en un proceso de construcción permanente.

Será de relevancia entonces la problematización de los enfoques con que se aborda del desarrollo, ya no entendido como aquel modelo normativo impulsado básicamente desde el sector estatal –propio de la reconstrucción de los países occidentales en la posguerra– o el traslado y “extensión” acrítica de tecnologías y modelos económico-sociales desde los “países centrales” a la “periferia” –donde se suele ubicar a América Latina–, sino como ese proceso de construcción multiactoral que, a partir de diagnósticos participativos y abiertos de la realidad en sus distintas escalas, del reconocimiento –y no la negación– de las diversas culturas y modos de vida existentes, construya los escenarios deseables y posibles para una mayor democratización de la vida social. En este contexto, la comunicación social no se reduce a la claridad de un mensaje, ni tampoco a la eficacia de llegar a un “público” determinado: es un proceso que posibilita la existencia misma del diálogo, del debate ciudadano, de la interacción social, del reconocimiento de las diversidades culturales y regionales, y la creación de sentidos y significados que permitan una mayor comprensión de la realidad y las posibilidades de transformarla. Comunicación entonces, no como instrumento sino como proceso, como escenario de fortalecimiento de una trama social, política y cultural que va en busca del desarrollo. Comunicación en el seno de una sociedad de ciudadanos que no es “público” ni “espectador” sino participante activo y crítico de los mencionados procesos. En este sentido, compartimos las consideraciones realizadas en el Documento redactado en el ámbito de la Provincia de Buenos Aires cuando sostiene que “en las actuales ofertas académicas en el área de la comunicación (...), se sigue priorizando la formación de profesionales para los medios masivos, las actividades publicitarias, la denominada comunicación empresarial y las relaciones públicas; sin preocuparse por profundizar en los temas que definirían el perfil de un comunicador para el desarrollo local”. Siguiendo con esta línea, que se propone ampliar el terreno de interven-



ción del Comunicador Social orientado al Desarrollo, el presente Diseño Curricular pretende formar profesionales “que no solo puedan desempeñarse en los diferentes medios de comunicación, sino que, fundamentalmente, sean comunicadores que promuevan procesos y produzcan mensajes que hablen de lo propio, de la identidad local y regional y que colaboren con el desarrollo y crecimiento de otros; que puedan describir, opinar, comunicar ideas y sentimientos que identifiquen a una comunidad”. Comunidad, escenario local, territorio, son conceptos que remiten a dimensiones que no están escindidas de los procesos de formación de opinión pública, de construcción de identidades, de intercambio de sentidos y producción de relatos, que inciden en la sociedad en su nivel más macro. Por el contrario, estos procesos se inscriben en lo que algunos autores definen como cultura mediática, como señala Jorge Huergo (1999):

*“La noción de cultura mediática alude a un diferencial de poder: a la capacidad modeladora del conjunto de las prácticas, los saberes y las representaciones sociales que tienen en la actualidad los medios masivos y las nuevas tecnologías (...) Esta cultura indica el proceso de transformación en la producción de significados por la existencia de esas tecnologías y medios, lo que a su vez ocasiona un diferencial en la experiencia humana. La cultura mediática, en cuanto transformadora de prácticas, saberes, representaciones sociales, opera también desde dentro de la cotidianidad (...) extendiéndose a todas las formas de la vida social”.*

En estos procesos de mediación social, cultural y política, la intervención en comunicación desde diversos actores sociales requiere la ampliación del marco de voces que están habilitadas para participar activamente en el escenario comunicacional, dejando atrás conceptualizaciones acerca del ciudadano como público, como consumidor, o como beneficiario.

Una perspectiva comunicacional asociada al desarrollo local, requiere necesariamente de la promoción de lo que María Cristina Mata (2006) denomina “ciudadanía comunicativa”, es decir, creación y fortalecimiento de capacidades tanto para el análisis crítico de los mensajes como también de producir, realizar, construir los relatos que disputen los sentidos sociales en cada momento histórico sobre los temas y problemas de agenda pública. Incluso, colocando nuevos temas en la agenda y ofreciendo nuevos enfoques sobre los temas ya instalados.



## Bibliografía

- BALAN y otros (2002): Barrio Galaxia. Manual de Comunicación Comunitaria. Buenos Aires, Centro Nueva Tierra.
- CONGRESO DE LA NACION (2009) "Ley 26.522. Servicios de Comunicación Audiovisual" Buenos Aires.
- CONSEJO FEDERAL DE EDUCACION (2007) "Documento Base para la organización curricular de la Tecnicatura Superior en Comunicación Social para el desarrollo local" Documento para la discusión resolución 38/07 CFE. Buenos Aires.
- CONSEJO FEDERAL DE EDUCACION (2011) "Marco de referencia, Educación secundaria orientada. Bachiller en Comunicación." Documento para la discusión resolución 137/11 CFE. Buenos Aires.
- DIRECCIÓN GENERAL DE CULTURA Y EDUCACION DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES (2008) "Tecnicatura Superior de Comunicación Social orientada al Desarrollo Local" Buenos Aires.
- GAMARNIK; MISTORIGO (2010). Documento Borrador para la Consulta Federal Educación Secundaria Orientada. Bachiller con Orientación en Comunicación. Huerta Grande, Córdoba, 2010.
- HUERGO, Jorge (1999): "Las alfabetizaciones posmodernas, las pugnas culturales y los nuevos significados de la ciudadanía". En Revista Nómadas N°9, Bogotá.
- KAPLUN, Mario (1992): A la educación por la comunicación. UNESCO/ Orealc.
- LEGISLATURA DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES (2005) "Ley 1777. Ley Orgánica de Comunas, Buenos Aires.
- MATA, María Cristina (2006): "Comunicación, ciudadanía y poder: pistas para pensar su articulación". En Revista Fronteiras, UNISINOS, Brasil.
- URANGA (2009): Mirar desde la Comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales. Buenos Aires/La Plata, Mimeo.

# IV.

---

## FINALIDAD DE LA CARRERA





La Tecnicatura Superior en Comunicación Social orientada al desarrollo local, se plantea como finalidad general una formación integral que promueva en los estudiantes la construcción de las herramientas conceptuales, metodológicas y técnicas necesarias para intervenir desde la comunicación en procesos de desarrollo socioterritorial, tanto en el marco de programas gubernamentales como de organizaciones sociales y comunitarias. Dicha formación integral se propone la confluencia de saberes y habilidades técnicas hacia el interior del campo disciplinar -con el conocimiento profundo y amplio, la sensibilidad y apertura creativa que requiere su desempeño- como así también desde una actitud proactiva al intercambio con otras disciplinas cuyos profesionales desenvuelven en los escenarios planteados.

V.

---

PRESENTACIÓN  
DE LA ESTRUCTURA  
CURRICULAR



### 1. Denominación de la carrera

Tecnicatura Superior en Comunicación Social orientada al desarrollo local

19

### 2. Características generales

Formación técnico superior del área socio humanística.

### 3. Título de Egreso

Técnico Superior en Comunicación Social orientado al desarrollo local

### 4. Carga horaria total

2416 hs. cátedra

### 5. Requisitos de ingreso

Educación secundaria aprobada

### 6. Alcances de la titulación

El Técnico Superior en Comunicación Social estará capacitado para analizar, diseñar, planificar y ejecutar proyectos, programas y planes de comunicación social en el contexto local, a través de estrategias de comunicación en el seno de organizaciones sociales, áreas gubernamentales y medios de comunicación existentes, colaborando en el desarrollo, conocimiento, comprensión y difusión de información, ideas, actividades y campañas, asumiendo una posición reflexiva, crítica y propositiva sobre los procesos comunicacionales en la sociedad contemporánea.

### 7. Perfil profesional según áreas de competencia

1. DIAGNOSTICAR, PLANIFICAR, GESTIONAR, EJECUTAR Y EVALUAR PROCESOS Y PROYECTOS de comunicación para el desarrollo a nivel comunitario, local, municipal y regional, a partir del vínculo y articulación entre diversos actores sociales en el ámbito de lo público, construyendo capacidades de análisis e intervención en problemáticas asociadas al efectivo ejercicio de los derechos humanos y sociales en el ámbito local (salud, educación, vivienda, alimentación, trabajo y empleo, juego y recreación, etc.), en una dinámica conjunta de creación de posibilidades para el desarrollo.

2. ELABORAR MATERIALES, MENSAJES Y CONTENIDOS en diversos lenguajes mediáticos (radiofónico, gráfico, audiovisual) que puedan circular y distribuirse a través de distintos soportes (radio, televisión, boletines, periódicos, diarios, afiches, folletos, cartillas, manuales, cine, redes sociales, páginas web, blogs, telefonía celular) conociendo sus circuitos de producción, circulación y distribución como así también sus estrategias y dispositivos narrativos y de enunciación, participando y eventualmente coordinando equipos de trabajo multidisciplinarios para la elaboración de los mismos.

3. DESARROLLAR ESTRATEGIAS DE GESTIÓN DE RECURSOS, PRODUCCIÓN Y DESARROLLO DE FONDOS en el marco de emprendimientos sociocomunitarios impulsados por organizaciones sociales, del sector de la economía social y sin fines de lucro, a fin de que logren desarrollar propuestas comunicacionales sostenibles y sustentables que puedan generar empleo a nivel local, provincial y regional, generando una oferta de contenidos acordes a las diversas realidades existentes.



4. PROMOVER Y ACOMPAÑAR EXPERIENCIAS FORMATIVAS que tengan como eje la comunicación y los medios en sus diferentes soportes especialmente poniendo especial énfasis en el uso de las NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN en tanto herramientas de democratización de la comunicación, la cultura y el conocimiento.

### **8. Rasgos profesionales**

La formación le permitirá al futuro comunicador social desempeñarse en esas áreas de competencia con los siguientes rasgos profesionales:

- Actitud crítica respecto de la realidad social, cultural y política y del entorno donde se desenvuelve.
- Actitud propositiva y proactiva ante el conflicto y el desacuerdo
- Promoción del diálogo y el intercambio de saberes y sentidos
- Disposición a la búsqueda de acuerdos, consensos y definiciones comunes en el plano de la construcción colectiva de conocimiento
- Disposición al trabajo en equipo disciplinario y multidisciplinario
- Valoración de saberes y experiencias de los diversos actores sociales
- Actitud de autonomía y compromiso profesional enmarcado en los principios éticos que construyen la deontología de la profesión.

### **9. Ámbitos de Trabajo**

El Técnico Superior en Comunicación Social podrá desempeñarse en:

#### **Ámbito estatal**

Gobiernos Locales; Gobiernos Provinciales; Escuelas; Centros de Formación Profesional; Centros de Educación No Formal; Programas Socioeducativos; Programas de Salud; Programas de Vivienda; Programas Recreativos; Programas de Promoción del Empleo; Programas de Desarrollo Local; Programas de Gestión Asociada; Consejos Locales Temáticos (Niñez y Adolescencia, Políticas Sociales, Educación, etc.); Direcciones de Prensa y Comunicación Social de Municipios; Direcciones de Prensa y Comunicación Social de Ministerios, Secretarías y Direcciones del ámbito Estatal.

#### **Ámbito de las organizaciones**

Organismos No Gubernamentales; Asociaciones Civiles; Fundaciones; Organizaciones Comunitarias de Base Territorial; Cooperativas de Servicios Públicos; Emprendimientos de la economía social y solidaria; Movimientos Sociales; Sindicatos y Centrales de Trabajadores;

#### **Ámbito de los medios**

Radios comunitarias; Radios públicas; Radios de pequeñas y medianas empresas; Periódicos Locales; Boletines Barriales; Diarios Locales y Provinciales; Canales de TV Comunitarios; Canales de TV Públicos; Canales Locales Comerciales; Productoras de Contenidos Privadas, Cooperativas y Públicas; Sitios Web; Blogs.



### 10. Ejes temáticos de la formación

De acuerdo a lo previsto en el documento base para la organización curricular de las tecnicaturas en comunicación social orientadas al desarrollo local (res 38/07 CFE), en esta propuesta curricular se han considerado los siguientes ejes temáticos para la formación: **COMUNICACIÓN, CONTEXTO Y CIUDADANÍA**: desde el comienzo de su formación, los estudiantes deberán investigar la realidad local, provincial y regional entrenándose en diferentes técnicas y métodos de investigación social, análisis crítico e histórico, a fin de construir por sí mismos una mirada compleja de la realidad. Desde una perspectiva de derechos que direcciona su mirada a la ampliación de la ciudadanía, los estudiantes estarán preparados para analizar las situaciones y los actores en juego, sus intereses, las relaciones de poder, que puedan tomar como referencia para crear planes y proyectos de desarrollo **COMUNITARIO** y social.

**PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS**: otro eje de la formación es la producción de materiales de comunicación en distintos lenguajes (radiofónico, audiovisual, gráfico) en sintonía con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Estos contenidos estarán orientados a problematizar aquellas cuestiones prioritarias para la comunidad, organización o instancia gubernamental en las cuales se desarrollen prácticas de comunicación, como así también aquellos temas que no tengan suficiente espacio en la agenda pública y requieran visibilidad.

**LECTURA CRÍTICA DE MEDIOS**: los estudiantes se formarán sólidamente en una mirada compleja y crítica sobre la historia de los medios de comunicación social y las industrias culturales, en tanto actores estratégicos de la vida social, y en el marco de la economía y la cultura actuales. Serán capaces de interpretar dispositivos comunicativos presentes en los medios masivos, lógicas de construcción de los relatos, y proponer nuevas estéticas y contenidos que tiendan a una mayor conciencia ciudadana y visibilización de los temas relevantes del desarrollo en la agenda pública.

**NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN**: se brindarán herramientas conceptuales para analizar y comprender los orígenes y consecuencias de la denominada “sociedad de la información”, la presencia ubicua de las tecnologías en la vida cotidiana de las sociedades, y su impacto decisivo en los modos de producir y percibir sentidos sociales en este contexto. Se promoverá una reflexión crítica de las relaciones complejas entre economía, sociedad, política y cultura, generando capacidades para proponer acciones y estrategias de aprendizaje y producción haciendo uso de las nuevas herramientas tecnológicas a través de medios de comunicación.

**Planificación y proyectos**: se aportarán contenidos específicos de diagnóstico comunicacional, análisis de prácticas, programación y diseño de proyectos, en el marco de la planificación en comunicación en sus diversas variantes (estratégica, prospectiva, normativa), a fin de desarrollar habilidades para analizar situaciones problemáticas, analizar fortalezas y debilidades, tomar opciones tácticas y estratégicas, viabilizar recursos, y poner en marcha proyectos enfocados desde la comunicación social hacia el cambio en el escenario local.



## II. Organización curricular

La estructura de esta carrera consta de **28** instancias curriculares que se agrupan en cuatro áreas formativas para las que se plantea un desarrollo en paralelo a partir del cual se vaya tramando la formación del Técnico Superior en Comunicación Social. Contempla la posibilidad de una cursada en tres años, con una dedicación aproximada de 24 horas cátedra semanales, entre la asistencia a clases en la institución, el trabajo autónomo del estudiante, los trabajos de campo y las distintas instancias de práctica profesionalizante en los períodos correspondientes, pero puede adaptarse a las diferentes posibilidades individuales de dedicación de los estudiantes siempre que se respeten las mínimas condiciones de cursada que se especifican en cada caso.

Dado que, como rasgo fundamental del nivel superior de educación, se busca **promover la autonomía profesional**, se han precisado las instancias curriculares en las cuales el trabajo autónomo de los estudiantes tiene una envergadura suficiente para poder expresar su reconocimiento en horas cátedra.

En esta estructura curricular se incluyen **diversas unidades curriculares**, como modo de generar una diversidad de experiencias formativas que brinde a los estudiantes múltiples oportunidades para construir las capacidades que se plantean en el perfil profesional.

Se trata de promover una **variedad de experiencias formativas** (lugares, metodologías, encuadres) que permitan el descentramiento y la desestructuración respecto de las formas de aprendizaje “tradicionales” y/o cristalizadas en la propia biografía personal/social como estudiante. Esto implica, tal como lo muestra la experiencia acumulada institucionalmente, una formación integral que involucra o compromete las actitudes, los afectos, la corporalidad, las categorías conceptuales y las representaciones construidas socialmente.

Finalmente, queremos destacar la centralidad de la **formación en terreno y del análisis de las prácticas**. Tanto en lo que se refiere a la inserción en situaciones específicas del campo profesional, como al cuidado de los procesos de reflexión y análisis sobre esas intervenciones y sobre el sujeto actuando como profesional en terreno. Esto se expresa tanto en los tiempos como en las características de los dispositivos que se prevén y que materializan la idea de praxis y diálogo permanente entre teoría y práctica.



---

**ÁREA FORMATIVA****INSTANCIA CURRICULAR**

---

**ÁREA DE FORMACIÓN GENERAL**

Historia social Argentina  
Sujetos e identidades  
Perspectivas filosóficas y culturales contemporáneas  
Sociedad, Estado y Desarrollo Local

---

**ÁREA DE FORMACIÓN EN COMUNICACIÓN**

Teorías de la Comunicación 1:  
estudios comunicacionales europeos  
Teorías de la Comunicación 2:  
estudios comunicacionales latinoamericanos  
Semiología Análisis de los discursos mediáticos  
Comunicación y Desarrollo 1 - Abordajes teórico-prácticos  
Comunicación y Desarrollo 2 - Planif. de procesos y proyectos  
Historia de los medios y las industrias culturales  
Derecho a la Comunicación  
Economía Política y Comunicación  
Comunicación Institucional y Comunitaria  
Tecnologías de la información y la comunicación  
Seminario Taller de Actualización en el Área de Comunicación

---

**ÁREA DE FORMACIÓN MULTIMEDIAL**

Taller de expresión oral y escrita  
Taller de arte y lenguajes expresivos  
Taller de Radio 1 - Lenguaje radiofónico y formatos  
Taller de Radio 2 - Producción de programas  
Taller de Producción Audiovisual 1 - Ficción  
Taller de Producción Audiovisual 2 - Documental  
Taller de Producción Gráfica 1 - Materiales impresos  
Taller de Producción Periodística para medios gráficos  
Taller de Actualización/ Profundización multimedial

---

**ÁREA DE LAS PRÁCTICAS PROFESIONALES**

Prácticas I: El campo de la Comunicación en el Desarrollo local  
Prácticas II: Desarrollo de intervenciones comunicacionales  
Prácticas III: Diseño, desarrollo y evaluación de proyectos de comunicación y desarrollo local.



	Instancias curriculares	Régimen/ condiciones cursada	hs/cát sem.	hs/cát	trab autón.	total
Área de Formación General	Historia social Argentina	Materia cuatrimestral	3	48	0	48
	Sujetos e identidades	Materia cuatrimestral	3	48	0	48
	Perspectivas filosóficas y culturales contemporáneas	Materia cuatrimestral	6	96	0	96
	Sociedad, Estado y Desarrollo Local	Materia cuatrimestral	6	96	0	96
	<b>Carga horaria total del área: 288</b>	<b>% del total: 11,92</b>				
Área de Formación en Comunicación	Teorías de la Comunicación I	Materia cuatrimestral	6	96	0	96
	Teorías de la Comunicación II	Materia cuatrimestral	6	96	0	96
	Semiología Análisis de los discursos sociales	Materia cuatrimestral	6	96	0	96
	Comunicación y Desarrollo I: Abordajes teórico-prácticos	Materia cuatrimestral	6	96	0	96
	Comunicación y Desarrollo II: Planificación y Gestión de proyectos de comunicación	Materia cuatrimestral	6	96	20	116
	Historia de los Medios de Comunicación	Materia cuatrimestral	3	48	0	48
	Derecho a la Comunicación	Materia cuatrimestral	3	48	0	48
	Economía Política y Comunicación	Seminario cuatrimestral	3	48	0	48
	Comunicación Institucional y Comunitaria	Taller cuatrimestral	3	48	20	68
	Tecnologías de la información y la comunicación	Materia cuatrimestral	3	48	0	48
	Idioma extranjero: Portugués	Materia cuatrimestral	3	48	0	48
	Seminario Taller de Actualización en el Área de Comunicación	Seminario cuatrimestral	3	48	0	48
	<b>Carga horaria total del área: 856</b>	<b>% del total: 35,43</b>				





	<b>Instancias curriculares</b>	<b>Régimen/ condiciones cursada</b>	<b>hs/cát sem.</b>	<b>hs/cát</b>	<b>trab autón.</b>	<b>total</b>
<b>Area de Formación Multimedial</b>	Taller de producción oral y escrita	Taller cuatrimestral	3	48	0	48
	Taller de arte y lenguajes expresivos	Taller cuatrimestral	3	48	0	48
	Taller de Radio I - Lenguaje radiofónico y formatos	Taller cuatrimestral	6	96	6	102
	Taller de Radio II - Producción de programas	Taller cuatrimestral	6	96	6	102
	Taller de introducción a la Producción Audiovisual	Taller cuatrimestral	6	96	6	102
	Taller de Producción Audiovisual - Documental	Taller cuatrimestral	6	96	6	102
	Taller de Producción de Materiales Gráficos	Taller cuatrimestral	6	96	6	102
	Taller de Producción Periodística	Taller cuatrimestral	6	96	6	102
	Taller de Actualización/ Profundización multimedial	Taller cuatrimestral	3	48	0	48
	<b>Carga horaria total del área: 756</b>		<b>% del total: 31,29</b>			
<b>Area de las prácticas profesionalizantes</b>	Prácticas Profesionalizantes I: El campo de la Comunicación en el Desarrollo local	Taller cuatrimestral	3	48	30	78
	Prácticas Profesionalizantes II: Desarrollo de Intervenciones Comunicacionales	Taller cuatrimestral	6	96	50	146
	Prácticas Profesionalizantes III: Diseño, desarrollo y evaluación de proyectos de comunicación y desarrollo local.	Taller anual	6	192	100	292
	<b>Carga horaria total del área: 516</b>		<b>% del total: 21,36</b>			
<b>Carga horaria total de la carrera: 2416</b>			<b>% del total: 100</b>			

# VI.

---

## DESCRIPCIÓN DE LAS INSTANCIAS CURRICULARES



## I. ÁREA DE FORMACION GENERAL

### Historia social argentina

---

#### CARACTERIZACIÓN GENERAL

En esta instancia curricular se propone profundizar algunas cuestiones centrales de la historia argentina de fines del siglo XX, teniendo en cuenta los diferentes aspectos económicos, políticos y sociales que contribuyen a generar procesos de cambios y continuidades. A partir del estudio de la historia argentina reciente se abordan los núcleos temáticos que son comunes a toda la región latinoamericana.

En este sentido, aportará marcos de interpretación que le permitirán al futuro técnico analizar e interpretar la situación social actual, dando cuenta especialmente de la configuración histórica de las problemáticas sociales y las transformaciones contemporáneas.

#### OBJETIVOS

Que los estudiantes:

- Profundicen respecto de los principales procesos históricos, sociales, económicos, políticos y culturales que han configurado recientemente la trama de la sociedad Argentina.
- Construyan y discutan sobre marcos interpretativos de la realidad social actual a partir de conceptos propios de la historia.
- Reconozcan en los discursos sociales actuales diversos enfoques historiográficos desde los cuales se analiza y se propone la comprensión histórico social de Argentina.

#### EJES DE CONTENIDO

Principales tradiciones historiográficas y diversos enfoques conceptuales, ideológicos y políticos. Las corrientes del pensamiento político: liberalismo, marxismo, desarrollismo.

La historia argentina y de los “países periféricos” en el contexto mundial reciente. La Argentina del “crecimiento hacia afuera”, la industrialización sustitutiva y el mercado interno. La organización del movimiento obrero. El modelo desarrollista y la segunda fase de sustitución de importaciones.

La “dictadura de mercado” en Argentina: el aperturismo económico y el rol de la economía en el disciplinamiento social. El terrorismo de Estado. Las herencias de la dictadura, los derechos humanos y la agenda de la transición democrática. Estado, mercado, poder y democracia: una ecuación irresuelta. Economía y política de la desestatización Argentina.

Neoliberalismo y neoconservadurismo. El discurso sobre la “globalización”. El debate contemporáneo sobre el rol del Estado. Redefiniciones en la acción y el poder estatal. Las reformas del Estado en la Argentina. La configuración social fragmentada. Las problemáticas actuales de la democracia. Acción colectiva y acción política. Nuevas formas de participación ciudadana. Los nuevos movimientos sociales en la Argentina.

### Sujetos e identidades

---

#### CARACTERIZACIÓN GENERAL

En esta instancia curricular se desarrollan los conceptos centrales que posibilitan al estudiante, por un lado comprender la diversidad de fenómenos que confluyen en los procesos de construcción de subjetividades y producción de identidades sociales, y por otro, reflexionar sobre los procesos sociales de conformación y reproducción de identidades sociales excluidas en la sociedad actual, y los posicionamientos éticos frente al otro.



## OBJETIVOS

Que los estudiantes:

- Construyan un marco conceptual que les permita analizar los procesos de constitución subjetiva y de identidades sociales.
- Conozcan las formas sociales e institucionales de producción de subjetividades e identidades, considerando los procesos de disciplinamiento, estigmatización, segregación social que entran en juego.
- Reconozcan la complejidad del proceso de producción social de identidades.
- Reflexionen sobre la problemática de la identidad y el derecho al reconocimiento.

28

## EJES DE CONTENIDO

El problema del sujeto en el pensamiento moderno. El problema de la categoría “desarrollo” y la matriz evolutiva. La constitución subjetiva. Aportes desde el Psicoanálisis, la Sociología, la Antropología, los Estudios culturales.

El gobierno de los sujetos. Formas de disciplinamiento social y producción de subjetividades. Tecnologías del yo. El autogobierno de los sujetos. La individualización de la acción en la época contemporánea. La emergencia de nuevas identidades. Sujetos, socialización y estrategias de normalización. Construcción de lazo social y función simbólica e imaginaria.

La producción social de las identidades. Las instituciones y la producción de identidad. Los sujetos, las representaciones sociales y los procesos de estigmatización y segregación social. El lugar de las trayectorias individuales y sociales en la asignación social de destinos.

La cuestión del Otro. Construcción social de la normalidad- anormalidad. Las nominaciones sobre “el otro” y los efectos subjetivos. Identidad, alteridad, diferencia. El derecho a la identidad.

## Perspectivas filosóficas y culturales contemporáneas

### CARACTERIZACIÓN GENERAL

Esta asignatura se propone que los estudiantes conozcan e identifiquen las principales corrientes filosóficas contemporáneas, sus principales referentes y marcos conceptuales, y su incidencia en el plano de la cultura. La materia propone un recorrido histórico-conceptual por las principales escuelas de la modernidad, el romanticismo, el pensamiento político de la Ilustración, los planteos del positivismo, pasando por las vanguardias estéticas de principios del siglo XX, hasta el debate modernidad-postmodernidad, intentando dar cuenta de la influencia que estas matrices tienen en los estudios sobre la cultura y sus producciones asociadas.

En la presente asignatura se espera producir una reflexión acerca de las diversas nociones de cultura en diversos momentos históricos, desde la idea asociada a las bellas artes hasta aquella que la entiende en sentido antropológico, incluyendo no solamente la producción estética sino también los modos de vida, los intercambios de sentidos no formalizados, las expresiones culturales populares, la tradición oral, etc.

## OBJETIVOS

Que los estudiantes:

- Caractericen las principales escuelas y corrientes filosóficas que se desarrollan en nuestra época, vinculándolas con los problemas culturales modernos y contemporáneos.
- Construyan un marco conceptual que les permita comprender las problemáticas filosóficas en relación con las dinámicas culturales y estéticas.
- Comparen los diversos modos de entender la cultura y las culturas en los debates Modernidad/postmodernidad.
- Reflexionen sobre las diversas dimensiones filosóficas, éticas y políticas vinculadas con el desempeño profesional individual y colectivo.



## EJES DE CONTENIDO

La edad moderna y sus principales postulados filosóficos. El sujeto cartesiano. La crítica de la razón pura de Kant. Racionalismo y positivismo. Empirismo. Hume, Comte. Filosofía política de la Ilustración. El espíritu Moderno.

La filosofía de los siglos XIX y XX. La razón dialéctica. Hegel: identidad de lo real y lo ideal. El desarrollo de la idea en el devenir histórico. Marx: la economía como motor de la historia. Trabajo y alienación en las nuevas sociedades industriales. La individualidad de la razón: Nietzsche: y la crítica a la filosofía de occidente. La industria cultural y la escuela de Frankfurt. Crítica de la razón instrumental. El poder de la técnica.

Incidencia del pensamiento moderno en el campo cultural y artístico, especialmente en las vanguardias artísticas y estéticas de inicios del siglo XX. Bauhaus. Futurismo Italiano. Dadaísmo. Surrealismo. Influencia en las artes plásticas.

Fenomenología y filosofía de la existencia. La filosofía como “ciencia estricta” en el pensamiento de Husserl. Características generales del existencialismo. Heidegger: la preocupación por el Ser y las determinaciones del *dasein*. El existencialismo como humanismo en la filosofía de J. Paul Sartre. El compromiso con la libertad. Estructuralismo y post-estructuralismo.

El debate modernidad/posmodernidad. El lugar de la cultura en los debates contemporáneos. Cultura como bellas artes, cultura como complejo de costumbres, hábitos, tradiciones, intercambio de formas simbólicas en una sociedad determinada (visión antropológica).

## Sociedad, estado y desarrollo local

### CARACTERIZACIÓN GENERAL

La presente asignatura se propone reflexionar sobre el lugar del Estado en tanto instancia articuladora de intereses económicos, políticos, sociales y culturales, ofreciendo herramientas conceptuales y analíticas para abordar las caracterizaciones históricas del mismo en tanto espacio de disputa por el poder. Por un lado se ofrecerán nociones de carácter histórico, relacionadas con los diversos modelos de acumulación histórica a nivel mundial, para comprender su rol en el marco de procesos más amplios. Por otra parte, se abordarán enfoques con diversos matices ideológicos que permitirán a los estudiantes reconocer las distintas matrices ordenadoras para su comprensión, haciendo referencia a la herencia europea aunque situándose especialmente en el contexto argentino.

En consonancia con lo anterior, se pondrá el acento en la noción de políticas públicas, en tanto instrumento para garantizar derechos por parte del Estado, aunque también con el fin de repensar el rol de la sociedad civil en la esfera pública. Se pondrá el acento especialmente en reconocer las distintas modalidades de relación entre Estado y sociedad, a partir del análisis de los procesos históricos y políticos que, particularmente en nuestro país, han marcado esa relación.

Para situar las relaciones dinámicas tanto entre Estado y sociedad en general, como entre aquel y las diversas manifestaciones de la sociedad civil organizada (ONGs, organizaciones de base, sindicatos, etc.), se propone abordar la cuestión del desarrollo local, en tanto manifestación de la política y de la acción estatal en el escenario más próximo a la vida ciudadana. El espacio local –el municipio, la comunidad, el barrio- cobra una gran relevancia, ya que se encuentra atravesado por las políticas de descentralización neoliberales pero a su vez con nuevas formas de ejercicio de la democracia participativa.

Presupuesto participativo, conformación de Comunas, Consejos Consultivos, Consejos Locales en distintas áreas (Infancia, Género, Economía Social, entre otros) se presentan como escenarios de intervención donde la comunicación juega un importante rol. El comunicador aparece en este contexto asociado a aportar herramientas para el abordaje y comprensión común de los temas y problemas del territorio (económicos, políticos, sociales, culturales) para facilitar el diálogo entre diversos actores sociales (estatales, privados, sociocomunitarios) y para promover la creación de escenarios de comunicación que favorezcan el acceso y la participación de la ciudadanía al debate de los temas públicos (campañas mediáticas pero también escenarios formativos y deliberativos).



## OBJETIVOS

### Que los estudiantes

- Se apropien de herramientas conceptuales y analíticas para reflexionar sobre el papel del Estado a nivel histórico.
- Comprendan las dinámicas de vinculación entre Estado y sociedad, a partir de la noción de políticas públicas.
- Conozcan las corrientes teóricas y conceptuales del desarrollo local y su vinculación con políticas públicas, en especial en el ámbito nacional y latinoamericano.
- Reconozcan al territorio urbano como un espacio de disputa social, cultural, política y económica en el contexto del posneoliberalismo, y puedan diferenciar y analizar sus distintas escalas.
- Aborden y problematicen la agenda de temas y problemas del desarrollo local en diferentes escenarios y contextos (Ciudad de Buenos Aires como municipio; Comunas; Municipios de la Provincia de Buenos Aires; Barrios y Comunidades del Area Metropolitana).

30

## EJES DE CONTENIDO

Génesis del concepto de Estado. Conceptualización a partir de referencias principales de la ciencia política. Hobbes. Locke. El Estado según Durkheim, Weber, Marx. Estado como aparato de dominación y lucha por la hegemonía. Democracia y legitimidad estatal en relación con la sociedad. Nociones conceptuales sobre sociedad civil.

El concepto de desarrollo local. Corrientes conceptuales, modelos y tensiones teóricas. Relación con los modelos históricos de desarrollo. La ciudad como escenario del desarrollo. Reforma del estado y descentralización. Impacto de los procesos de descentralización en los ámbitos de la salud, la educación y la cultura. Rol de los actores sociales en los procesos de corrimiento del estado. Perspectiva de derechos.

La incidencia de participación de los diferentes actores sociales en las políticas públicas locales: gestión asociada, planificación participativa, presupuesto participativo, consejos locales, comunas. Modelos, experiencias, tensiones y contrastes según las etapas históricas.

Los dominios de acción de la comunicación en el ámbito de la ciudad. Diagnóstico social participativo. Mapas de actores y relevamientos de temas y problemas en el diálogo público. Gestión del debate multiactoral y multisectorial. Estrategias comunicacionales para el desarrollo local.



## 2. AREA DE FORMACION EN COMUNICACIÓN

### Teorías de la Comunicación I

---

#### CARACTERIZACIÓN GENERAL

La materia brindará al estudiante conocimientos sobre el surgimiento de las investigaciones sobre la cultura de Masas y los circuitos y procesos de comunicación surgidos en el período de entre guerras mundiales. Para ello se centrará en la corriente europea y en la estadounidense de estudios comunicacionales, problematizando los contextos históricos y la intencionalidad política desde la cual estas teorías han surgido.

Estas aproximaciones teóricas aportarán al estudiante las primeras herramientas para reflexionar sobre los campos problemáticos de la comunicación dentro del análisis de nuestras sociedades, permitiendo vincular el surgimiento de teorías comunicacionales asociadas al desarrollo militar, a la propaganda política y publicitaria, a los modelos de desarrollo y progreso moderno, y al aporte que estas teorías realizan al análisis de la cultura y los procesos de mediatización.

A su vez, mediante el estudio de las diversas corrientes se comenzará a problematizar la comunicación como un campo de saber en relación con otras disciplinas que han contribuido a su constitución como campo autónomo, tales como la sociología, la antropología, la lingüística, la filosofía, entre otras.

#### OBJETIVOS

Que los estudiantes:

- Reconozcan y diferencien las principales teorías fundantes del campo de la comunicación social.
- Problematicen los contextos sociales, políticos e históricos de surgimiento de las mismas.
- Reconozcan sus matrices metodológicas, sus herramientas de indagación, y los modos de abordaje de sus objetos de estudio.
- Generen saberes y conocimientos críticos para analizar el funcionamiento de los procesos de comunicación en el marco de las sociedades mediatizadas.

#### EJES DE CONTENIDO

Comunicación, campo y objeto de estudio. Fenómenos y dimensiones comunicacionales en la Naturaleza y en la Sociedad. Reconstrucción histórica de la comunicación y de las teorías de la comunicación. Funcionalismo. Mass Communication Research. Lasswell. Merton. Lazarsfeld.

La cibernética y el modelo informático-comunicacional. Matriz teórica y contextualización histórica de la teoría matemática de la comunicación. Principales componentes: emisor-receptor, mensaje, canal, código, ruido, Principales teóricos de la corriente instrumental: Shannon, Weaver. Modificaciones posteriores: concepto de feedback (retroalimentación).

Medios de difusión y sociedad. Reconstrucción histórica de los medios como instituciones socioculturales. Producción, circulación y consumo de productos simbólicos industriales. Interaccionismo simbólico. Erwin Goffman. Winkin. Bateson. Escuela de Palo Alto. El telégrafo y la orquesta.

La producción social del sentido. Sistemas simbólicos, construcción de identidades, cambio social. Información, significación, La rearticulación entre estructura, acción y sentido. Los aportes y críticas desde los estudios literarios y la crítica cultural. Eco. Apocalípticos e Integrados.

Teorías críticas. Opinión pública y esfera pública. Habermas. La herencia de Frankfurt en la escuela de Birmingham y el surgimiento de los Estudios Culturales en Inglaterra. Cultura de masas y cultura popular. Hege- monía. Estudios de audiencia. Debate sobre la recepción.



## Teorías de la Comunicación II

---

### CARACTERIZACIÓN GENERAL

La materia problematizará los estudios sobre los medios masivos, la cultura y la comunicación desde la perspectiva de los estudios argentinos y latinoamericanos y los diálogos que desde ellos pueden establecerse con los actuales debates sobre cultura popular, subalternidad y hegemonía, especialmente en el contexto argentino y latinoamericano.

Para ello se propone una exploración crítica y transdisciplinaria tendiente a ampliar los límites tradicionalmente asociados con los estudios sobre la cultura y las estructuras de conocimiento en Argentina y América Latina, a partir de la noción de que en el espacio cultural confluyen lo étnico, lo popular, lo político y económico, el género, la clase, lo estético y lo literario, además de los problemas relacionados con la representación y el poder.

Asimismo es importante revisar las reflexiones sobre la comunicación social desde el conocimiento producido por las experiencias de resistencia llevadas adelante desde la comunicación alternativa, comunitaria y popular.

32

### OBJETIVOS

Que los estudiantes

- Discutan las perspectivas sobre comunicación y cultura desde las perspectivas y aportes realizados en nuestro país y el continente.
- Problematicen y discutan las diferentes perspectivas teóricas y metodológicas, y los abordajes que se han hecho en torno a los enfoques en comunicación, que permitan ubicar y reconocer los planteamientos fundacionales de dichas teorías.
- Conciban la cultura y la comunicación como campos de enfrentamiento simbólico, y de lucha por el control de significados y de negociación del poder social. Los estudios culturales en América Latina.

### EJES DE CONTENIDO

Emergencia de los estudios sobre comunicación y cultura en Argentina y América latina. Los debates heredados de las escuelas críticas europeas sobre comunicación de masas, lenguaje, poder e ideología. Antonio Pasquali y los debates por el NOMIC. La polémica entre *Lenguajes y Comunicación y Cultura*.

Los estudios culturales latinoamericanos en la década de los 80. El lugar de las culturas populares en el capitalismo. El consumo como elemento que organiza socialmente las diferencias. La mediación como espacio entre lo objetivo y la subjetividad. Teoría de las mediaciones. Jesús Martín Barbero. García Canclini.

Los Estudios culturales latinoamericanos en los 90. La cultura popular en las sociedades contemporáneas frente al fracaso de la democracia de consumo, mediación y resistencia. La memoria narrativa, el relato y la dialéctica cultural.

La perspectiva comunicacional y la teoría social contemporánea. Estudios de la subalternidad y teoría postcolonial. Ideología, poder, cultura y hegemonía; Representación e Identidad.

Las experiencias y conocimientos desde la comunicación popular. Los sujetos populares y sus experiencias de organización ante el neoliberalismo. Contribución de las experiencias de comunicación popular y alternativa en los procesos de construcción de la identidad de los movimientos sociales. La toma de la palabra, visibilidad y demandas de ciudadanía.

## Semiología y análisis de los discursos sociales

---

### CARACTERIZACIÓN GENERAL

La semiología, en tanto disciplina que se propone comprender e interpretar la vida social como sistema de signos, se ha constituido históricamente como referencia teórico-conceptual indispensable en la formación de los profesionales de la comunicación.

Tanto el modelo de Ferdinand de Saussure (Suiza) como el desarrollado por Charles Peirce (Estados Unidos) ofrecen marcos propicios para comprender los diversos fenómenos de la comunicación social desde una perspec-





tiva compleja y multidimensional, donde tienen lugar tanto los circuitos mediáticos de producción, circulación y distribución de los sentidos como así también la vida cotidiana y la comunicación interpersonal.

Recientes estudios han situado a la perspectiva semiológica en un campo de aplicación privilegiado que es el análisis del discurso, en tanto configuración espacio-temporal de sentido, propiciando marcos conceptuales y metodologías que suelen ser aplicadas al análisis crítico de escenarios disímiles como los discursos presentes en los medios de comunicación social, la moda, la arquitectura, las estéticas juveniles, o la ciudad misma como productora de sentidos.

El texto escrito, la prensa gráfica, el cine de ficción y documental, la producción radiofónica, pero también el espacio público, la escuela, la movilización social colectiva, son susceptibles de análisis incorporando esquemas adecuados que permitan construir significados sobre los distintos aspectos de la vida social.

Se espera que el técnico en comunicación social y desarrollo local incorpore las claves analíticas para identificar los procesos de construcción ideológica y política que circulan a través de los diversos discursos sociales.

## OBJETIVOS

Que los estudiantes

- Incorporen la mirada semiológica en tanto posibilidad de interpretar los fenómenos sociales como productores de sentidos, a partir de una adecuada formación teórico-conceptual.
- Desarrollen capacidades para analizar los diversos circuitos de producción, circulación y distribución de sentidos a nivel mediático, abordando en forma complementaria herramientas conceptuales y de análisis práctico-operacional.
- Comprometan la importancia de los discursos sociales en tanto productores de significados ideológicos y políticos, en el marco de procesos de comunicación social que instauran sentidos e interpretaciones del mundo.

## EJES DE CONTENIDO

Teorías del signo. Significado y significante. El carácter arbitrario del signo. Denotación y connotación. Análisis textual. Signo, icono y símbolo. Diferencias entre el modelo binario y ternario.

El dispositivo enunciativo: enunciador y enunciatario en Benveniste. Reconocimiento de deícticos en el texto escrito. Polifonía. Esquema de comunicación de Jakobson. Emisor, Mensaje, Receptor, Canal, Código. Contextualización del esquema desde una mirada social y estructural.

Semiótica de los Medios. La teoría de los discursos sociales de Eliseo Verón. Lo discursivo en tanto fenómeno material. Producción y recepción. La semiosis social. La ubicuidad del signo. La vida social como productora de sentidos. Las teorías de comunicación en América Latina y su correlato semiótico.

Dispositivos de análisis de los discursos de los medios masivos de comunicación. Herramientas de abordaje, interpretación y análisis del discurso periodístico mediático. Análisis crítico del discurso de los medios masivos en relación con temas y problemas referidos al desarrollo local.

## Comunicación y Desarrollo I: Abordajes teórico-prácticos

### CARACTERIZACIÓN GENERAL

El concepto de “desarrollo” surge en el marco de la reconstrucción luego de la Segunda Guerra Mundial, definido como un proceso de extensión de las modernas técnicas, capacidades y organización social de las sociedades industrializadas hacia las zonas “atrasadas”. Desde ese entonces la denominada comunicación para el desarrollo se constituye como un campo de estudios y de acciones específico, vinculado con organismos de nivel internacional como la FAO, la ONU, o UNICEF, que despliegan proyectos de comunicación en diversos países, especialmente del denominado Tercer Mundo.

Desde la perspectiva comunicacional, estos planteos analíticos y aplicaciones prácticas comprenden miradas más tradicionales, en las que la comunicación es concebida como transmisión de información y las intervenciones son



de “arriba hacia abajo”, de carácter asimétrico. Otras visiones, más actuales, entienden que el aporte de la comunicación a los procesos de desarrollo consiste en establecer nuevas comprensiones comunes y movilizar a diferentes sectores de la población para alcanzar su compromiso y participación en el logro de propósitos planteados colectivamente, favoreciendo el fortalecimiento de la democracia, la participación ciudadana y la construcción de lo público. Aunque en sus inicios los supuestos fundamentales de la comunicación para el desarrollo provinieron de los países industrializados del norte, estos planteos fueron progresivamente desafiados por las “perspectivas del sur” en las que los aportes latinoamericanos tuvieron una importante influencia. En la materia se propone un análisis retrospectivo particularmente interesado por la riqueza analítica y propositiva de las “perspectivas del sur” poniéndolas en diálogo con el actual debate sobre el desarrollo en nuestro continente.

En este espacio curricular entonces, apunta a caracterizar críticamente el rol de la comunicación en procesos de desarrollo –a través de los medios pero también de otro tipo de intervenciones–, tanto desde una perspectiva histórica como en la dinámica actual en la que estos procesos se manifiestan.

## OBJETIVOS

### Que los estudiantes

- Identifiquen los principales abordajes teórico-prácticos de la comunicación en el campo del desarrollo en América Latina, rastreando las fuentes conceptuales que operan en los mismos.
- Caractericen y establezcan relaciones comparativas entre las diversas concepciones de comunicación y desarrollo: el rol adjudicado a los medios masivos de comunicación; los temas o campos de acción prioritarios; los actores sociales en juego.
- Analicen críticamente las propuestas y debates actuales sobre comunicación y desarrollo en Argentina y América latina.

### Ejes de contenido

Modelos de comunicación en el marco de procesos de desarrollo a nivel internacional y en el contexto latinoamericano. La comunicación para el cambio de comportamiento individual: el cambio conductual por etapas, la difusión de innovaciones, la teoría del aprendizaje social, la teoría de la acción razonada, el marketing social, la comunicación alternativa y participativa. Vinculación entre modelos teórico-prácticos y contextos histórico-sociales.

Paradigmas y teorías del Desarrollo. La teoría de la modernización, la teoría de la dependencia, aproximaciones críticas al desarrollo como discurso cultural en la segunda mitad de la década de los ochenta y noventa. Los debates sobre el Nuevo Orden Informativo Internacional (NOII) y el Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC). Las Políticas Nacionales de Comunicación. El Informe McBride. Debates sobre el desarrollo en el marco del neoliberalismo y el posneoliberalismo. Experiencias de comunicación en los diversos escenarios.

La comunicación al servicio de la participación y organización popular/comunitaria de los pobres rurales y urbanos. La comunicación como diálogo, discusión, desarrollo de conciencia crítica y organización comunitaria y popular. Los medios de comunicación comunitarios para desarrollar actitudes críticas sobre forma y contenido de las comunicaciones masivas, propiciar el debate sobre ciertos temas, abrir espacios a otras voces y poner en común puntos de vista subalternos.

La comunicación y la ciudadanía en el contexto de la globalización. El concepto de ciudadanía comunicacional: la comunicación como condición de posibilidad de la ciudadanía y la política. Observatorios y veedurías ciudadanas. Coaliciones multiactorales y alianza con medios. La interdependencia entre las agendas mediática, política (decisores) y la opinión pública. Enfoques integrales recientes: Educación para el Desarrollo, IEC (Información, Educación y Comunicación), el Modelo de Comunicación Macro Intencional.



## Comunicación y Desarrollo II: Planificación y Gestión de proyectos de comunicación

### CARACTERIZACIÓN GENERAL

La planificación de procesos y proyectos de comunicación implica el abordaje de una dimensión operativa y de gestión, en la cual los comunicadores sociales puedan desplegar habilidades para el diseño de propuestas concretas de intervención que sustenten su acción en el territorio. En esta materia, en esa línea, se propone brindar a los estudiantes una serie de nociones relevantes a estos fines, pero a la vez la puesta en práctica de metodologías y técnicas de planificación comunicacional que tengan un carácter eminentemente práctico.

La gestión, como proceso dinámico y participativo, es una parte sustancial del proceso de construcción y planificación de cualquier proyecto comunicacional, y requiere la formación necesaria –que haga dialogar teoría y práctica- para encarar dichas tareas. Se propone hacerlo, a su vez, desde una perspectiva de desarrollo social, humano y territorial, que promueva el cambio de condiciones de vida en un horizonte político transformador.

La formación de comunicadores/as en el campo del desarrollo local implica la reflexión y sistematización de saberes, habilidades y competencias para gestionar, administrar y hacer sostenibles aquellos proyectos y emprendimientos que tengan a la comunicación como actividad central, favoreciendo la asunción de roles de conducción y coordinación de equipos de trabajo.

Al hablar de “sostenibilidad” de un proyecto comunicacional este modelo no refiere solamente a su dimensión económica –que incluye procedimientos de obtención de fondos, generación de recursos, administración y contabilidad- sino –y sobre todo- a su dimensión social y política, es decir, en qué medida la vinculación de un proyecto comunicacional con otros emprendimientos sociales, actores de la comunidad, iniciativas públicas, programas estatales, redes y espacios asociativos, viabiliza y torna factible la existencia de un emprendimiento comunicacional, lo dinamiza y le da vida.

### OBJETIVOS

Que los estudiantes

- Reconozcan distintos enfoques y conceptos acerca de la gestión integral de un proyecto comunicacional, involucrando especialmente técnicas de diagnóstico y planificación.
- Experimenten distintos tipos de metodologías de administración y gestión de proyectos, formulando diagnósticos y planes de sostenibilidad, atendiendo los posibles contextos de comunicación a nivel local.
- Se apropien de conceptos y métodos de gestión que reconozcan la multidimensionalidad de los procesos de comunicación, abordando lo económico junto con lo organizacional, lo social y lo político.
- Desarrollen conocimientos y habilidades básicas para formular y evaluar proyectos de comunicación.

### EJES DE CONTENIDOS

La comunicación como dimensión de las prácticas sociales. Concepto de diagnóstico comunicacional. Diferentes herramientas de diagnóstico. FODA. Mapa y tablero de actores. Análisis causal. Técnicas participativas para el análisis situacional desde la comunicación.

El análisis estratégico de las posiciones de los actores y sus relaciones en contextos sociales políticos e institucionales. Abordajes teórico prácticos de la comunicación puestos en juego en un diseño estratégico. La elección en función de los posicionamientos político ideológicos, los objetivos de comunicación y desarrollo, los interlocutores, el momento y las capacidades y recursos disponibles.

Diseño, monitoreo y evaluación de proyectos de comunicación social en procesos de desarrollo. Fundamentación; objetivos; interlocutores, responsables; metas; resultados esperados; medios de verificación; criterios de acción políticos y estratégicos y modalidades de ejecución del proyecto; actividades; presupuesto y calendario; análisis de viabilidad y factibilidad; diferencias entre monitoreo y evaluaciones de proceso y de resultados.

El concepto de sostenibilidad. Sostenibilidad social, económica y organizativa. Dimensiones del proyecto político comunicativo de un medio de comunicación: construcción de sentidos, incidencia, estética, sostenibilidad. Diagnóstico, evaluación y gestión de un medio de comunicación.

Se propone un espacio de trabajo autónomo por parte de los estudiantes de un total de 20 horas, con el objetivo



de poder contrastar los contenidos de la asignatura con propuestas reales de gestión y sostenibilidad de medios, a los que puedan visitar con frecuencia semanal o quincenal y proponer un diseño específico a sus necesidades. La materia tendrá como sustento práctico la vinculación por grupos de trabajo con experiencias existentes, analizando situacionalmente los proyectos desde una perspectiva económica (financiamiento), administración (jurídico, legal, operativo) y político-social (vinculación con organizaciones). Esto redundará en un aprendizaje significativo que les permitirá insertarse con mayor facilidad en el campo de las prácticas profesionalizantes, a partir de una interacción permanente con los actores de la comunicación social (sean medios comunitarios o del sector privado comercial con presencia en lo local)

## Historia de los Medios de Comunicación

### CARACTERIZACIÓN GENERAL

Recuperar y poner en perspectiva histórica el proceso de constitución de los medios de comunicación social en la época moderna, en tanto fenómenos económicos, sociales, políticos y culturales, es una tarea central en la formación de los comunicadores sociales. Su rol como agentes educativos y de transmisión cultural, como así también de actores sociales que inciden decisivamente en las relaciones de poder en una sociedad y una época, implica una profunda reflexión pedagógica.

Desde los primeros hallazgos de pinturas rupestres en la prehistoria hasta los teléfonos celulares de la época actual (pasando por hitos clave como la invención de la imprenta, la prensa gráfica y la literatura masiva, el código morse, la radiofonía sin hilos, la televisión analógica y posteriormente digital, el ordenador personal, hasta la llegada de internet y las redes sociales) los medios juegan un papel importante en la construcción de las sociedades, en el marco de disputas culturales, sociales y políticas.

Es por razón que se vuelve fundamental desarrollar un proceso pedagógico que permita ordenar esta serie de acontecimientos ubicándolos en su relevancia en el mundo contemporáneo, sus posibles usos, y su valor en tanto fenómeno de una gran complejidad.

En la materia se propone ubicar y analizar el impacto que ha tenido en la sociedad argentina la implementación de las distintas modalidades de la comunicación mediática, poniendo el acento en la construcción conflictiva de las identidades culturales, en el marco de los procesos sociales y políticos de los siglos XIX y XX, y abordando como corolario el mapa de desafíos que se presentan en el tiempo actual.

### OBJETIVOS

Que los estudiantes

- Analicen e interpreten a los medios de comunicación como parte de un proceso histórico, con sus continuidades y rupturas, sus corrientes de pensamiento, sus hitos fundamentales, y su ubicación en los respectivos contextos sociales, económicos, políticos y culturales.
- Reconozcan los principales factores que dieron origen a los medios de comunicación social en cada época histórica, y las consecuencias sociales y culturales que contribuyeron a generar.
- Incorporen una mirada crítica respecto del advenimiento de la sociedad de la información y el conocimiento, reconociendo los ciclos de formación histórica y social de las distintas matrices tecnológicas que son dominantes en la actualidad.

### EJES DE CONTENIDOS

Situación de la historia de los medios como campo historiográfico en el marco de los estudios históricos. La historia de los medios como parte de la historia de los fenómenos culturales, sociales y políticos. Principales hitos históricos en la constitución del sistema de medios a nivel mundial y en particular en el caso argentino.

Periodismo, literatura y vida política. La literatura de folletín y los primeros usos de la comunicación masiva escrita. Invención de la imprenta y el libro. Prensa gráfica: hitos fundacionales a nivel mundial y su impacto en la sociedad argentina. Iconos del periodismo argentino en el siglo XIX. Modelos de periodismo y de periodistas en los inicios y primeras décadas de la República. El lugar del escritor en la industria cultural argentina.



Antecedentes de la radiofonía a nivel mundial. Los pioneros argentinos y los inicios del sistema de broadcasting en nuestro país. Desarrollo de modelo argentino en relación con Estados Unidos y Europa. Radio comercial, radio pública y radio comunitaria y popular en Argentina. La radio como industria cultural (información, educación, entretenimiento).

Principales hitos en la historia de la imagen fija (fotografía) y de la imagen en movimiento (cine) a nivel mundial. Primeros pasos en Argentina y desarrollo de la industria cinematográfica. Fotoperiodismo y medios gráficos masivos.

Origen y desarrollo de la televisión en el mundo y en Argentina. Modelos fundacionales y presentes en el campo de la radiodifusión televisiva analógica. Advenimiento de la televisión digital: normas y estándares entre el mercado y la democratización del acceso público y gratuito. La televisión por cable y satelital.

## Derecho a la comunicación

### CARACTERIZACIÓN GENERAL DE LA INSTANCIA CURRICULAR

Conocer el marco legal del ejercicio de la comunicación social es una tarea fundamental de cualquier trayecto formativo orientado al desempeño profesional en este campo. El estudio de la comunicación, entendida como un derecho humano fundamental antes que como un negocio comercial o actividad lucrativa –según se observa en la fundamentación de esta Tecnicatura- requiere de una profunda reflexión histórica y social situada en los distintos contextos donde se produjeron los cambios sustanciales en materia legal.

La dimensión ética en el ejercicio del periodismo y la comunicación, los valores subyacentes a las prácticas de producción de sentidos, las limitaciones en las que se encuentran quienes se desempeñan en diversas organizaciones (sean privadas, públicas, del sector sin fines de lucro), y las implicancias en relación con lectores y audiencias, es una cuestión de relevancia particular. Temas como la censura y autocensura y el ejercicio del derecho a la información, requieren de un profundo estudio.

Una detallada periodización de las distintas normas legales vigentes en las distintas etapas de la radiodifusión argentina, en particular en el siglo XX, se torna indispensable para resaltar a su vez los distintos modelos de comunicación imperantes en los sucesivos procesos políticos. En particular, en la asignatura se propone analizar la relación entre procesos políticos, políticas de comunicación y participación de la sociedad civil en la construcción de normativas democráticas en materia comunicacional. La sanción en el Congreso Nacional en el año 2009 de una nueva Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual es un buen ejemplo en ese sentido.

### OBJETIVOS

Que los estudiantes

- Reconozcan los principios regulatorios fundamentales en materia de comunicación y derecho a la información.
- Reflexionen acerca de las implicancias legales del ejercicio de la comunicación social, tanto a nivel del ejercicio periodístico como del diseño y planificación de políticas comunicacionales orientadas al ámbito local.
- Investiguen y profundicen las relaciones entre los aspectos legales, económicos y políticos de toda intervención comunicacional, prestando especial atención a la participación del estado, de las organizaciones de la sociedad civil y del sector privado-comercial en la definición de normativas comunicacionales.

### EJES DE CONTENIDO

Conceptualizaciones del derecho a la comunicación en sus diferentes etapas históricas. Derecho a la información. Libertad de expresión. Libertad de Prensa. Censura. Derechos de primera, segunda y tercera generación. Marco internacional, interamericano y del derecho argentino. Niveles de incidencia política para democratizar la comunicación en diferentes etapas históricas.

Derechos de los trabajadores de la comunicación. Derechos laborales en el ejercicio del periodismo. El estatuto del periodismo. Derecho de asociación. Ética periodística y del ejercicio del comunicador social profesional. Com-



plementariedad con otras normativas para el ejercicio de la comunicación social orientada al desarrollo local: educación, salud, infancia y adolescencia, violencia de género, etc.

Principios básicos de democratización de la comunicación. Los 21 Puntos por una Radiodifusión Democrática. Análisis comparativo entre la Ley 22.285 (decretada por la última dictadura militar) y la Ley 26.522 (Ley de Servicios de Comunicación Audiovisuales), sancionada en democracia. Distribución del espectro radioeléctrico. Autoridad de aplicación. Porcentajes de producción nacional, propia e independiente. Protección del trabajo nacional.

Acceso a la información pública. Ley de regulación de la publicidad oficial. Regulación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. TV digital. Internet. Derechos de autor. Copyleft, copyright. Derechos compartidos.

## Economía política y comunicación

### CARACTERIZACIÓN GENERAL

Los medios de comunicación masiva se han transformado –especialmente en las últimas dos décadas- en actores de peso como factores de poder económico, en tanto pertenecen al campo de las industrias culturales que han entrado en procesos de convergencia. Concepto este último que da cuenta de un proceso de articulación transversal entre soportes tecnológicos de naturaleza diferente, integrando dispositivos analógicos y digitales.

La economía política, como rama específica de la ciencia económica, ofrece las herramientas conceptuales adecuadas para analizar el fenómeno de las industrias culturales, en tanto actividad productiva que incide crecientemente en la vida económica de un país. La producción, circulación, distribución y consumo de bienes comunicacionales es un factor de peso a nivel mundial, que cada vez con más fuerza incide en los valores, creencias e identidades sociales y culturales.

La integración vertical en la propiedad mediática –unificando procesos comunicacionales a través de la radiofonía, la televisión, la prensa escrita, los usos de internet y las redes sociales- como así también en su forma horizontal –cuando un mismo dueño cuenta con licencias en el mismo tipo de soporte mediático- son factores económico-políticos de gran peso en la denominada sociedad de la información. El rol del Estado en nuestro país y en América latina, complementariamente, se encuentra tensionado por el modelo de servicio público europeo y el modelo de predominio comercial cuya fuente primordial son los Estados Unidos.

Los estudios que analizan a los medios de comunicación desde su perspectiva económica, han venido desarrollándose con fuerza en Argentina, América Latina y Europa, desestructurando los discursos coherentes con la idea de aldea global que ideó el teórico Marshall Mac Luhan. Estas investigaciones se proponen indagar en las formas de articulación mediática, en las relaciones entre desarrollo tecnológico, regulación estatal y modelos culturales, ofreciendo marcos de análisis coherentes con un análisis crítico de los procesos de comunicación como dimensiones centrales en la vida social y política contemporánea.

### OBJETIVOS

#### Que los estudiantes

- Integren a su formación conceptual, teórica y metodológica una base de análisis económico en vinculación directa con los sistemas de comunicación masiva y las denominadas industrias culturales.
- Reconozcan los distintos modos de constitución de los sistemas de medios nacionales, tomando como referencia los modelos europeo y norteamericano, revisando los implementados en el continente latinoamericano y el contexto argentino.
- Incorporen herramientas conceptuales para analizar críticamente los procesos de construcción de los grupos de medios de comunicación masiva, en el marco de los procesos de convergencia.
- Conozcan los principales hitos históricos y políticos en la definición de políticas de comunicación tendientes a la democratización de los medios de comunicación social, articulando el rol del Estado y la Sociedad Civil.



## EJES DE CONTENIDO

Concepto de economía política de la comunicación. Vinculación entre las principales corrientes económicas y su impacto en las industrias culturales. Escuela norteamericana, europea, latinoamericana. Relación entre economía, cultura y comunicación.

Constitución de los sistemas de comunicación desde la perspectiva histórica de la economía política. Escala mundial, latinoamericana y argentina. Análisis comparativo entre modelos económico-sociales en la sociedad argentina y modelos de comunicación social. Impacto y dialéctica entre el surgimiento de los sistemas de comunicación y los procesos histórico-sociales.

El rol del Estado en la regulación de las comunicaciones. Participación de la cultura y la comunicación en el producto bruto interno. Concentración en el sistema de medios: comparación entre etapas económico-políticas en la Argentina desde el regreso de la democracia.

Herramientas de análisis: esquemas metodológicos de análisis crítico de modelos de comunicación desde la economía política. Indicadores y estándares para investigar los procesos de democratización cultural, participación de actores sociales en los mapas mediáticos, límites a la concentración mediática.

## Comunicación Institucional y Comunitaria

### CARACTERIZACIÓN GENERAL

La materia se propone abordar la dimensión institucional de las organizaciones en tanto actores del desarrollo local, poniendo el énfasis en el desarrollo de herramientas de análisis e intervención desde la comunicación.

Conceptos como grupo, organización e institución son aspectos clave en el planteo de esta asignatura, que se propone aportar esquemas para comprender las dinámicas institucionales y organizacionales a fin de dar respuestas que permitan abordar los problemas y conflictos que en ellas se manifiestan.

La comunicación será entendida desde una perspectiva integral, que toma en cuenta los dispositivos no solamente mediáticos sino del orden interpersonal, cara a cara, corporal, kinésico y proxémico, que intervienen en la interacción social.

A fin de que los estudiantes puedan dar cuenta de estos procesos se propone un espacio de 20 horas de trabajo autónomo a fin de que puedan realizar observaciones in situ de distintas instancias de trabajo grupal e institucional, como así también realizar entrevistas e intercambios con miembros de organizaciones.

### OBJETIVOS

Que los estudiantes

- Reconozcan la dimensión institucional de las organizaciones como un ámbito posible de análisis e intervención desde la comunicación en el marco del desarrollo local.
- Visualicen los diversos elementos que componen la comunicación institucional y comunitaria a fin de desplegar técnicas y herramientas para abordar la realidad organizacional.
- Se apropien conceptualmente de las nociones de grupo, organización e institución –entre otras– como elementos clave de la comunicación interna de las organizaciones.

### EJES DE CONTENIDO

La dinámica institucional en las organizaciones. Distinciones entre institución y organización. Mitos, valores y principios fundantes de una organización. Representaciones e imaginarios presentes en el ámbito institucional. Lo instituido y lo instituyente.

Concepto de grupo. Interacciones y sentidos compartidos. Normas, roles, funciones e ideología grupal. Relaciones entre grupo y organización. Organización y contexto. Fuerzas que atraviesan la vida del grupo y de la organización. Tareas explícitas e implícitas. Herramientas de análisis e intervención grupal. El grupo como entramado y envoltura.

Problemas y conflictos grupales y organizacionales. Noción de conflicto. Estrategias de resolución. Herramientas





de comunicación interna para diagnosticar problemas y conflictos. Técnicas de discusión y coordinación grupal. Técnicas de expresión, sonoras, audiovisuales, gráficas.

Participación social, institucional y comunitaria. Participación real y simbólica. Toma de decisiones. Incidencia desde la organización en la vida comunitaria. Herramientas de comunicación para incidir en el desarrollo local. Redes sociales, territoriales e institucionales. Su rol en el desarrollo local. Abordaje de temas locales desde la comunicación comunitaria y la acción local.

## Tecnologías de la Información y la Comunicación

40

### CARACTERIZACIÓN GENERAL

La materia propone una aproximación reflexiva a las tecnologías de la información y la comunicación desde una perspectiva histórica, a fin de que los estudiantes puedan contar con una comprensión de su rol en el marco del desarrollo social y económico, como así también su impacto cultural y en las posibilidades de producción de contenidos a nivel global.

Las profundas transformaciones en la sociedad industrial a partir del advenimiento de nuevos soportes de transmisión de información y conocimiento, la conformación de circuitos de intercambio cultural y económico, y sus posteriores aplicaciones a campos como la educación, han conferido a las nuevas tecnologías un rol central como soporte y plataforma de la sociabilidad contemporánea. Difícilmente pueda pensarse la sociedad post industrial sin la mediación de las nuevas tecnologías y su presencia en los más diversos niveles de la vida social.

En el campo de la comunicación, las TICS aparecen asociadas a las nuevas plataformas de interacción (Internet y sus modos de intercambio, redes sociales, blogs, transmedia, etc.), reconfigurando los modos de relación entre individuos, grupos e instituciones. Su impacto en diversos niveles de la enseñanza (Modelo 1 a 1, Plataformas de educación virtual, uso de motores de búsqueda) plantean desafíos de peso para pensar procesos de comunicación en el nivel educativo que permitan aprovechar sus potencialidades para el desarrollo local.

En el nivel institucional y de las organizaciones, contar con herramientas tecnológicas apropiadas puede facilitar el logro de objetivos a través del uso creativo de las mismas, desafiando a los comunicadores sociales a desplegar estrategias creativas en colaboración con actores sociales de diverso tipo. En este sentido, la materia aborda una perspectiva analítica junto con otra de diseño de propuestas, necesariamente complementarias con los Talleres del Area Multimedial.

### OBJETIVOS

Que los estudiantes

- Se aproximen a una reflexión histórica sobre los procesos de desarrollo tecnológico, informacional y comunicacional, conceptualizando críticamente los mismos.
- Caractericen a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en el marco de dinámicas económicas, sociales, políticas y culturales.
- Analicen los procesos actuales de vinculación entre TICS y desarrollo, a partir de experiencias concretas existentes.
- Cuenten con herramientas para desarrollar un proyecto de inclusión de tecnologías de la información y la comunicación en el ámbito local.

### EJES DE CONTENIDO

Las tecnologías de la información y la comunicación en el marco del desarrollo histórico de la sociedad capitalista. Sociedad industrial y sociedad post industrial. Sociedad de la información y del conocimiento. Convergencia mediática. Procesos de concentración y democratización de la información, el conocimiento y la cultura.

La utilización de las TICS en el campo de las organizaciones sociales y espacios educativos. Conocimiento, digitalización e interactividad. Alfabetización digital. Entornos virtuales de aprendizaje: nuevos escenarios educativos. Proyectos multimediales. Los cambios culturales y cognitivos. Nuevas formas de contacto y relación a partir de Internet. Confluencia entre las tecnologías de la información y la comunicación y la educación. Políticas públicas de integración de nuevas tecnologías en educación.





Producción de contenidos de comunicación. Multiplataforma, redes sociales, interacción entre medios (radio, TV, gráfica) e Internet. Blogs. Creatividad, hipertextualidad, hipermedia. Imagen, texto y video en el contexto de las redes virtuales. Desarrollo de proyectos mediáticos en la red.

Las TICS y el desarrollo social en el escenario local. Función social de las TICS. Diseño de propuestas de comunicación en organizaciones y políticas públicas a partir de las tecnologías de la información y la comunicación.

## Idioma extranjero: Portugués

---

### CARACTERIZACIÓN DE LA INSTANCIA CURRICULAR

41

La presente materia se ofrece como un espacio introductorio para la adquisición de competencias comunicativas orales y escritas del idioma portugués, especialmente en su variante gramatical y contextual brasilera. Se propone el conocimiento de diversos registros idiomáticos, poniendo el acento en los quehaceres de escuchar y leer, es decir en la comprensión, a través de contactos directos con producciones en lengua portuguesa (documentos auténticos de televisión, vídeo, cine, grabaciones de audio, etc).

Desde un enfoque comunicativo, el acercamiento al conocimiento gramatical se realizará a través de actividades contextualizadas que destaquen su valor para explicar el funcionamiento de la lengua y contribuyan a la construcción de efectos de sentido en las diferentes situaciones.

La materia podrá acreditarse mediante exámenes de aptitud.

### OBJETIVOS

Que los estudiantes

- Comprendan el sentido general de mensajes orales y escritos en diferentes registros idiomáticos.
- Desarrollen un nivel elemental de eficacia comunicativa para hacer posible la interacción con un interlocutor y para desenvolverse adecuadamente en un contexto de utilización del idioma.
- Se inicien en la producción de mensajes orales y escritos con un fin comunicativo.

### EJES DE CONTENIDO

Situaciones comunicativas: Saludar, Presentar personas, Identificar Nacionalidad, Familia, profesiones, agradecimientos, preguntas, solicitar ayuda, expresar fechas, días de la semana, meses del año. Otros indicadores de tiempo. Distinguir indicando preferencias, gustos, desagradados, etc. Diálogo con diferentes funciones: Informar, narrar, solicitar, convencer, etc.. Narrar experiencias: presentes, pasadas.

Nociones gramaticales. Verbos: regulares e irregulares de uso más frecuente: estar, decir, hacer, ir, poder, querer, ser, tener, traer. Modo Indicativo. Tiempo: Presente, Pretérito perfecto simple, Imperfecto, Presente Continuo. Futuro inmediato. Modo imperativo. Pronombres personales, pronombres de tratamientos, y pronombres posesivos. Demostrativos, (género y número). Artículos: Definidos e Indefinidos (género, número y su empleo en contexto). Sustantivos y adjetivos: género y número. Concordancia. Grados del adjetivo.

Contextualización de la lengua portuguesa y sistema grafico: alfabeto, vocales, semivocales, Consonantes, Dígrafos. Nociones de fonética. Pronunciación comparada con el castellano: la entonación como portadora de sentido, intensidad y acento fonético, modo y lugar de entonación, patrones de entonación, ritmo y acento.

### Seminario de actualización / profundización en el área de comunicación: temas emergentes en la comunicación social y el desarrollo local

---

### CARACTERIZACIÓN DE LA INSTANCIA CURRICULAR

Este seminario apunta a que el/la estudiante profundice sus conocimientos sobre ciertos temas desarrollados en



otras instancias curriculares o conozca las nuevas problemáticas vinculadas al campo de la comunicación social en el escenario del desarrollo.

Implicará la profundización en aspectos que se relacionen con temáticas emergentes y de relevancia en la agenda pública y política, por ejemplo:

- Comunicación, infancias y juventudes
- Comunicación y perspectiva de género
- Comunicación, interculturalidad y migraciones
- Comunicación y Ambiente
- Comunicación y Salud
- Derechos Humanos

Esta propuesta se actualizará cada dos años.

42

#### OBJETIVOS

Que los estudiantes:

- Realicen un acercamiento más profundo a temas emergentes de agenda pública.
- Conozcan las nuevas problemáticas que atraviesan el campo de la comunicación social en el escenario del desarrollo local.
- Perfilen posibles áreas de desempeño profesional en función de los temas analizados.

#### EJES DE CONTENIDOS

A definirse según el área temática seleccionada.



### 3. ÁREA DE COMUNICACIÓN MULTIMEDIAL

#### Taller de producción oral y escrita

---

##### CARACTERIZACIÓN GENERAL

El presente Taller se ofrece como un espacio de ejercitación de la oralidad y la escritura de los estudiantes, con el fin de promover el ejercicio de la palabra en sus diferentes registros, favoreciendo la creatividad, la capacidad argumentativa, y la apoyatura teórica.

Para una formación adecuada de comunicadores sociales orientados al desarrollo, es de vital importancia la promoción de la lectura y escritura de textos de órdenes diversos, respetando las características y condiciones de cada registro y cada género, tanto literarios como periodísticos, académicos, etc., a fin de fortalecer la comprensión de los diversos géneros existentes.

Un ejercicio adecuado de la lectura, complementado con la acción creativa propia según criterios adecuados a las diversas realidades de los estudiantes, puede favorecer el desarrollo de competencias lingüísticas que permitan crear materiales de comunicación acordes a los contextos a desempeñarse.

##### OBJETIVOS

Que los estudiantes

- Ejerciten la lectura y comprensión de textos literarios y académicos, desarrollando su capacidad creativa y argumentativa.
- Reconozcan y ejerciten distintos géneros literarios y académicos, aproximándose a las reglas básicas de la producción escrita.
- Vivencien el taller como espacio colectivo de trabajo y reflexión sobre la formación, los procesos de escritura y lectura compartida.
- Desarrollen habilidades que contribuyan a la investigación y al quehacer profesional.

##### EJES DE CONTENIDO

Prácticas de oralidad: La lengua oral en contextos informales y formales. Diferencias contextuales y textuales entre lengua oral y lengua escrita. Aspectos relevantes de la oralidad. La narración oral. Textos orales informales. Textos orales formales. Propuestas de comprensión y producción de textos orales (exposición, debate, diálogo, intercambio, narración, entre otros). Discursos propios de los medios audiovisuales. Prácticas de escritura.

La escritura como práctica social. El proceso de escritura: planificación, elaboración y revisión recursiva de los textos. La escritura de diferentes géneros discursivos. Reflexión sobre las prácticas del lenguaje: Reflexión metalingüística sobre las prácticas de lectura, escritura y oralidad. Contextualización de gramática y normativa. Nociones de argumentación.

Las representaciones sobre la escritura. El sujeto de discurso. El proceso de escritura en el nivel superior. Reflexión sobre los sentidos de la escritura. La comunidad profesional como comunidad discursiva: las exigencias de un trabajo final de carrera.

Géneros literarios y académicos: reconocimiento de sus similitudes y diferencias. Ejercitación práctica en diversos géneros. Monografía, ensayo, crónica, relato, reseña, entrevista. Escritura académica: principales reglas de escritura académica.



## Taller de arte y lenguajes expresivos

### CARACTERIZACIÓN GENERAL

Este taller se propone facilitar los procesos de expresión y promover el aprendizaje experiencial a partir del propio grupo y de la realización colectiva de producciones artísticas. Presenta conceptos claves y herramientas metodológicas a ser abordados desde distintos lenguajes expresivos, que les permitirán a los estudiantes analizar sus potencialidades y limitaciones.

El eje del taller es la realización de una producción colectiva que permita abordar alguna situación o problemática contemporánea vinculada con el desarrollo local. Para concretar esto, los estudiantes deberán relevar información, estudiar fuentes, analizar o participar en producciones similares existentes y profundizar conceptualmente sobre la problemática que abordarán.

En este sentido, la incorporación de las distintas manifestaciones expresivas trae aparejado el planteo sobre las manifestaciones culturales ligadas a lo artístico y el lugar de lo educativo, en facilitar la apropiación de estos bienes culturales, en situarlos, contextualizarlos, brindarles significatividad.

Al ser una asignatura compartida con la Tecnicatura Superior en Pedagogía y Educación Social, se aspira a que se genere un marco de trabajo complementario entre ambas disciplinas, tanto en la identificación de situaciones sociales que puedan ser propicias para intervenir desde el arte y la expresión, como así también para la elaboración de propuestas concretas de intervención que contemplen las condiciones simbólicas de los sujetos, sus códigos culturales, la historia previa local, y la puesta en práctica de habilidades expresivas.

En síntesis, se pretende desplegar todo tipo de manifestaciones y prácticas artísticas, estéticas y expresivas, combinando los enfoques de la pedagogía social y de la comunicación vinculada al desarrollo, ensayando intervenciones que puedan ser aplicadas a posteriori tanto en el nivel de las prácticas curriculares como en la vida profesional de los egresados.

### OBJETIVOS

Que los estudiantes

- Reconozcan y vivencien su propia capacidad expresiva a partir de la experimentación con diversos lenguajes artísticos (teatro, títeres, plástica, construcción de objetos, música, fotografía, etc.)
- Analicen el potencial creativo y comunicacional de los diversos lenguajes expresivos y su inscripción en propuestas y proyectos de desarrollo local.
- Conozcan y experimenten con diversas técnicas que les permitan comprender los distintos lenguajes expresivos para intervenir en escenarios sociales complejos, vinculando problemáticas propias de los mismos.
- Desarrollen capacidades y habilidades de participación a nivel individual y grupal, a partir de producciones colectivas que integren las distintas formas expresivas.

### EJES DE CONTENIDO

Las distintas formas expresivas como manifestación, como indagación, como producción. Juego y propuestas lúdico-expresivas. Enfoque interdisciplinario y lenguajes expresivos combinados: Corporal-plástica/ Corporal-teatro de objetos. Corporal-lingüístico. Plástica-musical. Plástica-teatro de objetos. Plástica-lingüístico. Musical-teatral. Musical-lingüístico.

Diferentes técnicas lúdicas y expresivas. Los espacios lúdicos y expresivos vinculados al placer, al aprendizaje y a la creatividad. Su potencial como recurso educativo.

El taller como metodología. Aprendizaje grupal, expresión y creación en grupo. El juego dramático, música, plástica, narrativa, expresión corporal en el aprendizaje. Exploración con distintos materiales. Las experiencias ligadas a la educación por el arte.

Metodologías y técnicas de intervención artística en el escenario local. El arte como herramienta de identificación y abordaje de situaciones problemáticas. El sociodrama. El teatro social y del oprimido. La creación de relatos sonoros, visuales y corporales en relación con la memoria social local, los temas y problemas de agenda pública.



## Taller de Radio I: Lenguaje Radiofónico y Formatos

---

### CARACTERIZACIÓN GENERAL

El medio radiofónico cuenta con una existencia de poco menos de un siglo, tomando en cuenta las experiencias pioneras en Argentina surgidas en 1920. Desde ese entonces se ha convertido en uno de los soportes de mayor circulación y presencia pública, reconfigurándose a la luz de los avances tecnológicos, los modelos de gestión – comerciales, públicos, comunitarios-populares- logrando una inserción y penetración social de gran magnitud. Mientras surgen nuevas redes sociales a partir de las tecnologías vinculadas a internet, la radio sigue contando con una presencia vital como medio de construcción de agenda informativa, convirtiéndose además en un lenguaje que requiere de un aprendizaje específico.

La combinación de la palabra hablada, la música, los efectos de sonoro y el silencio, es un arte que posibilita el desarrollo de la creatividad, la imaginación, la producción de relatos sociales que den lugar a miradas particulares del mundo. En el campo del desarrollo la radio cuenta con una gran potencialidad en términos de su uso como vehículo de campañas educativas y de incidencia pública, de reconstrucción de la memoria social, de productora de debates y diálogos entre actores, en fin, de instancia de interlocución indispensable para la transformación social y política.

Se propone para este Taller un espacio de trabajo autónomo de 6 horas a fin de que los estudiantes puedan indagar en diversas realidades sonoras, grabar sus propios reportes, y contar con el tiempo necesario para la grabación y edición de sus piezas radiofónicas (aprovechando el acceso que hoy es posible gracias a las tecnologías en lo referido al uso de hardware y software de audio). Máxime tomando en cuenta que este Taller no se limita al análisis crítico de piezas sonoras realizadas en otras instancias, sino al desarrollo personal y grupal del lenguaje radiofónico en el marco de la formación de comunicadores sociales que puedan contar con esta herramienta para sus futuras intervenciones en campo. Los avances tecnológicos en materia de dispositivos de grabación, edición y posproducción de sonido permiten que de manera autónoma una persona (o un grupo) pueda tener acceso a los mínimos indispensables para realizar esta tarea en forma aceptable, casi en los estándares de calidad de la radiodifusión vigente.

45

### OBJETIVOS

Que los estudiantes construyan capacidades y habilidades para

- Comprender, interpretar y apropiarse del lenguaje radiofónico.
- Reconocer las características del medio.
- Conocer sus principales géneros y formatos, y realizar producciones breves y diversas.
- Vincular creativamente la producción de mensajes con las temáticas relevantes del desarrollo social en sus distintos contextos.
- Apropiarse de las tecnologías disponibles para intercambiar y almacenar información sonora en internet y las redes sociales.

### EJES DE CONTENIDO

Naturaleza del medio radiofónico. El triple relato: entre voces humanas, efectos sonoros, piezas musicales. Características de la radio: decodificación simultánea. Fugacidad. Instantaneidad. La radio como teatro de la mente. Invisibilidad. Inmaterialidad.

Géneros y formatos. El género dramático. El género periodístico. El género musical. Cruces posibles entre géneros. Formatos clásicos: el radioteatro, el informe periodístico, el bloque musical. Nociones básicas de guión radiofónico. Redacción en radio.

Pequeños formatos: las cuñas. Cuñas habladas, cuñas testimoniales, cuñas humorísticas, cuñas dramatizadas, cuñas cantadas. Microprogramas radiales.

Usos del medio radiofónico en procesos de desarrollo. Diagnóstico de temas, problemas, interlocutores, códigos, contexto. Producción de campañas locales y articulación con el soporte gráfico y audiovisual.

Recursos tecnológicos de intercambio y almacenamiento de audios e información sonora. Podcast. Blogs sonoros. Uso de las redes sociales vinculadas con el medio radiofónico.



## Taller de Radio II – Producción de programas

### CARACTERIZACIÓN GENERAL

La presencia cotidiana de los medios de comunicación en la vida social tiene a la producción radiofónica como uno de sus pilares fundamentales. Los programas radiofónicos son cajas de resonancia de la agenda política y social del día a día tanto en las grandes urbes como en zonas rurales, generando –a diferencia de la prensa gráfica y la TV- posibilidades de interlocución en tiempo real con las comunidades donde se producen los hechos. Asimismo la radio viene sufriendo transformaciones a partir de su relación dinámica con las nuevas tecnologías y redes sociales (blogs, twitter, facebook, podcasts, streaming), aumentando su cobertura y escala, y permitiendo otras formas de audiencia, escucha y participación.

La producción en radio, en el marco de procesos de desarrollo y cambio social, tiene como premisa además la construcción de agendas políticas socialmente significativas para los actores que llevan adelante estos procesos, siendo una tarea fundamental la creación de visiones y miradas propias y apropiadas. En este sentido es de vital relevancia recuperar la historia y actualidad de las experiencias radiofónicas populares y comunitarias, que producen cotidianamente otros modos de relatar los hechos que suceden a diario desde las voces de los propios actores.

Tanto desde el punto de vista de la producción informativa como de la producción de programas que contienen una diversidad de géneros y formatos (como la radiorevista o magazine) la producción radiofónica es un ámbito propicio para la creatividad, la búsqueda de información y el contacto con fuentes diversas en lo relativo a la vida social.

Se propone para este Taller un espacio de trabajo autónomo de 6 horas a fin de que los estudiantes puedan indagar en diversas realidades sonoras, grabar sus propios reportes, y contar con el tiempo necesario para la grabación y edición de sus piezas radiofónicas (aprovechando el acceso que hoy es posible gracias a las tecnologías en lo referido al uso de hardware y software de audio).

Se establecerán contactos con radios de la Ciudad de Buenos Aires a fin de que los estudiantes finalicen el Taller con la puesta en el aire de un programa diseñado y producido en dicho ámbito.

### OBJETIVOS

Que los estudiantes construyan capacidades y habilidades para

- Reconocer las características propias de la producción radiofónica.
- Producir contenidos radiofónicos a partir de géneros diversos tales como el periodístico, humorístico, de opinión, etc.
- Conocer y poner en práctica los diferentes roles a cubrir en la producción radiofónica.
- Transmitir radio por internet.

### EJES DE CONTENIDO

Los géneros radiofónicos: periodístico, opinión, humorístico, entretenimiento.

Concepto de información en radio. Concepto de noticia. Fuentes informativas. Criterios de selección. Nota simple. Nota con audio. Estructura de la noticia radiofónica. Normas de redacción. Análisis y ejercitación.

La entrevista radiofónica. Tipos de entrevistas. Tipos de entrevistadores. Momentos de la entrevista: preproducción, entrevista en sí misma, edición. Entrevista en vivo en piso. Entrevista telefónica. Reporte en móvil.

Elementos para la producción de un programa integral. Radiorevista y magazine radiofónico. Multiplicidad de formatos. El comentario. El editorial. El reportaje radiofónico. Roles a cubrir en la producción de un programa radial.

Artística y estética de un programa de radio. Identidad e identificación. Aperturas, separadores, cortinas, sellos institucionales. El lenguaje radiofónico como soporte de la identidad de un programa radial.

Radio por internet: streaming. Conocimientos básicos para subir una señal sonora a internet.



## Taller de introducción a la Producción Audiovisual

---

### CARACTERIZACIÓN GENERAL

El campo de la comunicación audiovisual constituye uno de los escenarios privilegiados para la creación y realización de relatos que pongan en escena la realidad social de una época. Desde los inicios del cine a fines del siglo XIX hasta las actuales innovaciones atravesadas por la tecnología 3D y de alta definición, encontramos diversos modelos de producción y realización audiovisual que van desde la ficción al documental, con los diferentes estilos y corrientes estéticas en cada caso.

El campo de la comunicación orientada al desarrollo puede ser un terreno propicio para la producción de materiales audiovisuales que den cuenta de los temas, situaciones, proyectos, problemáticas e historias locales. De este modo, el audiovisual puede ser además de una herramienta para visibilizar estas realidades en la escena pública, un soporte para el debate grupal y la resolución de conflictos, el abordaje comunitario y público de demandas sociales.

Se propone para este Taller un espacio de trabajo autónomo de 6 horas a fin de que los estudiantes puedan realizar integralmente el producto final del Taller, que implica desde el punto de vista de la pre-producción, producción y montaje audiovisual un tiempo considerable.

47

### OBJETIVOS

Que los estudiantes

- Reflexionen acerca de las posibilidades del medio audiovisual en tanto relato social.
- Conozcan las características de la narración audiovisual, incorporando capacidades de construcción de relatos en este soporte.
- Reconozcan la dimensión técnica de la producción y realización y los roles a cubrir en un proyecto audiovisual.
- Se apropien de las tecnologías adecuadas para compartir material audiovisual en internet.

### EJES DE CONTENIDO

La creación audiovisual como proceso comunicativo. El lenguaje audiovisual. Análisis crítico de producciones audiovisuales en cine y tv.

Unidad básica: el plano. Tipos de plano: general, americano, medio, primer plano, primerísimo primer plano, plano detalle. Escena y secuencia.

Movimientos de cámara: panorámica, travelling, steadycam. Angulos de cámara: picado, contrapicado, supino, cenital.

Construcción del relato audiovisual. De la idea al argumento. Estructura narrativa. Guión literario Guión Técnico. Story board.

Montaje y edición. Continuidad. Eje. Sonido e iluminación: nociones básicas. Características técnicas del medio audiovisual. Normas, formatos, estándares en cine y TV.

Colaboración y almacenamiento de video en internet. Uso en las redes sociales. Formatos de archivo y software audiovisual.

## Taller de Producción Audiovisual II - Documental

---

### CARACTERIZACIÓN GENERAL

El relato audiovisual cuenta con una herramienta fundamental a la hora de producir una mirada determinada sobre la realidad social: el documental. Este género ha sido ampliamente utilizado para poner en escena procesos sociales, políticos, históricos, biografías de personajes destacados de la política, la cultura, la literatura, el arte, el deporte, pero también como un soporte audiovisual de historias locales, del ámbito micro, que narran historias cotidianas y particulares. El documental en muchos casos es el género elegido para dar cuenta de realidades ocultas, silenciadas por la mirada hegemónica, que desde la reconstrucción histórica y el registro testimonial profundizan en aspectos no siempre tenidos en cuenta por las lógicas de mercado.



Desde este punto de vista, y teniendo al alcance de la mano los recursos tecnológicos necesarios, puede el documental ser aprovechado como una herramienta en dos sentidos: desde su recepción y análisis, como un modo de generar aprendizajes sobre temas y procesos de relevancia pública; desde su producción y realización, como una forma de acercarse a realidades diversas y de producir materiales que colaboren en su visibilización pública y reflexión social y comunitaria.

Se propone para este Taller un espacio de trabajo autónomo de 6 horas a fin de que los estudiantes puedan realizar integralmente el producto final del Taller, que implica desde el punto de vista de la pre-producción, producción y montaje audiovisual un tiempo considerable. Especialmente en el tramo de recolección de testimonios y su posterior selección.

48

## OBJETIVOS

Que los estudiantes

- Conozcan las diferentes corrientes y miradas históricas en el campo audiovisual documental, a nivel argentino, latinoamericano y mundial.
- Reconozcan y se apropien de las principales variables de producción en el género documental, a fin de ponerlas en práctica en una producción propia en el marco del Taller.
- Experimenten en la realización de actividades sociales y comunitarias donde se trabajen diversas temáticas que puedan ser abordadas a partir de producciones documentales, utilizando las mismas como herramientas didácticas.

## EJES DE CONTENIDO

El género documental. Sus principales características. Origen histórico a nivel mundial. Principales escuelas y corrientes. Contexto argentino y latinoamericano. Visualización de ejemplos y análisis comparativo.

Estructura narrativa del relato audiovisual documental. Técnicas específicas para la entrevista en el marco del documental.

Escritura, elaboración y planificación del plan de rodaje. Guión.

Características específicas del sonido y la iluminación en el relato documental.

Nociones básicas de edición y montaje. Software y hardware requeridos.

## Taller de Producción de Materiales Gráficos

### CARACTERIZACIÓN GENERAL

Históricamente, la producción de materiales impresos (afiches, volantes, folletos, cartillas, medios para el espacio público, carteleros, diarios murales) fue una característica distintiva de la comunicación comunitaria y la educación popular. Su bajo costo, su alcance local y masivo, y las condiciones accesibles de gestión y producción, vuelven a este tipo de materiales un medio cercano y presente en el escenario local.

Los usos de los medios impresos en el escenario local implican el reconocimiento, además, de los diferentes espacios y circuitos de comunicación pública, organizacional e institucional de distribución de los mismos, siendo el espacio callejero un escenario ideal para tal fin.

Sin embargo, no siempre existe una adecuada técnica de producción de los mismos, y las particularidades de este lenguaje suelen no ser abordadas lo suficiente como para lograr un efecto mayor. Reconocer las características de este soporte, experimentar con diferentes técnicas de producción, contrastando con experiencias valiosas en este terreno, puede configurar un trayecto de formación práctica relevante para la formación de los/as comunicadores/as orientados al desarrollo local.

Se propone para este Taller un espacio de trabajo autónomo de 6 horas a fin de que los estudiantes puedan realizar integralmente el producto final del Taller, que implica el diseño gráfico de materiales, tanto en el plano digital como en un modo de realización artesanal.





## OBJETIVOS

Que los participantes

- Reconozcan la variedad de formatos disponibles en el campo del lenguaje gráfico y sus medios impresos.
- Ejerciten con distintos tipos de materiales.
- Conozcan los pasos del proceso de producción de un medio impreso y participen en la planificación de una serie de materiales que puedan constituir una campaña local.
- Se apropien de herramientas para crear blogs y difundir las producciones gráficas.

## EJES DE CONTENIDO

Técnicas específicas para la producción de materiales gráficos. Especificidades de cada medio. Objetivos en la comunicación comunitaria: impacto, información y reflexión/acción.

Medios para espacios de circulación: Afiche. Volante. Pasacalle. Graffiti.

Medios para espacios de concentración: Folleto. Tríptico. Diario Mural. Cartelera.

Medios para espacios de reunión: Cartilla. Afiche didáctico. Manual.

Puesta en discurso de temas, problemas y contenidos relevantes a nivel local.

Conceptos elementales de diseño gráfico y diagramación. Armonía entre imagen y texto. Uso de imágenes (fotos, ilustraciones). Utilidad de la historieta y el comic en el lenguaje gráfico.

Opciones tecnológicas para el desarrollo de materiales. Programas apropiados y técnicas artesanales. Blogs.

## Taller de Producción periodística

### CARACTERIZACIÓN GENERAL

Los medios de comunicación social ocupan un lugar central en la construcción del relato sobre la realidad, construyendo miradas y visiones específicas sobre lo que acontece en el día a día de una sociedad. La noticia escrita –especialmente en el caso de la prensa gráfica, ahora ampliada por el fenómeno de internet y las redes sociales– es una de las fuentes fundamentales de construcción de agenda pública, entendiendo ésta como el conjunto de temas que una comunidad considera relevantes de abordar.

Capacitarse en la producción de los distintos géneros periodísticos, se convierte en una dimensión fundamental en los procesos de comunicación orientada al desarrollo, ya que permite la producción noticiosa para ser aplicada al territorio local –a través de boletines, periódicos, revistas, fanzines, etc.– como así también buscando incidir en los medios de mayor alcance –diarios, revistas, etc.

La planificación de procesos mediáticos es un eje central en la comunicación y el desarrollo, en tanto ésta se propone promover proyectos autogestivos y grupales de gestión de todo tipo. Producir un medio, ya sea de una organización o de una institución pública es una tarea que todo profesional de la comunicación necesita ejercitar.

Se propone para este Taller un espacio de trabajo autónomo de 6 horas a fin de que los estudiantes puedan poner en práctica los distintos formatos propuestos, editarlos y plasmarlos en soportes mediáticos específicos, tanto a lo largo de Taller y a partir de las consignas docentes, como en la concreción del trabajo final.

## OBJETIVOS

- Reconozcan las implicancias de la producción de noticias en la construcción de las agendas públicas.
- Diferencien los distintos géneros periodísticos gráficos y experimenten su escritura.
- Reconozcan las distintas instancias necesarias para producir un medio gráfico local, ejercitando los diversos roles que las mismas requieren (redacción, edición, diseño y diagramación, arte, coordinación editorial, corrección, distribución).



#### EJES DE CONTENIDO

El rol del periodismo gráfico en la sociedad actual y en el escenario local. Agendas mediáticas y construcción de la noticia en tensión entre lo local y lo masivo. Géneros periodísticos en el campo masivo y popular/comunitario.

Estructura de la redacción periodística informativa. Las 5 w. Modelo de pirámide invertida. Modos de construcción tradicionales y estilos alternativos. Diferencia entre hecho y noticia.

La nota periodística. Características. Análisis de notas periodísticas en los medios de comunicación gráficos.

La crónica. Características. Tipos de crónica. Análisis de ejemplos y casos. Ejercicios de escritura.

La entrevista. Diferentes tipos de entrevistas. Entrevista y reportaje. Tipos de preguntas. Proceso de producción de la entrevista.

Conceptos básicos de producción de un medio periodístico gráfico. Variedades de productos periodísticos relevantes en el escenario local. Comparación de experiencias y modelos existentes desde el ámbito público y organizacional. Estilos y rasgos distintivos. Gestión y producción de un medio periodístico gráfico local. Constitución del equipo.

50

#### Taller de Actualización/ Profundización multimedial

##### CARACTERIZACIÓN GENERAL

Los acelerados cambios e innovaciones en el campo de las tecnologías de la información y la comunicación impactan sustancialmente en las formas de procesar contenidos, propuestas, proyectos y modos de vinculación entre los diferentes actores que intervienen en un proceso de comunicación.

Estos cambios producen nuevos dispositivos e interfaces comunicacionales que promueven nuevas instancias colaborativas, donde la interacción se vuelve un dato fundamental. Los programas para editar sonido, imágenes fijas y en movimiento, gráficos e imágenes, van avanzando tan velozmente que cuando aprendemos a usar una versión ya contamos con una más actualizada.

La emergencia de programas de código abierto, de fácil apropiación y uso, abren un campo novedoso para el procesamiento de narrativas y creaciones comunicacionales que están cada vez más al alcance de la mano de quienes se proponen encarar tareas de comunicación en el espacio público.

En el ámbito educativo, políticas de inclusión de computadoras según el modelo 1 a 1, en especial el Programa Conectar Igualdad, ofrecen a estudiantes desde el nivel primario el acceso a tecnologías de la información y la comunicación, que además de ser nuevos canales de gestión del conocimiento, cuentan con herramientas de edición digital de lenguajes audiovisuales que pueden ser herramientas útiles en el ámbito social y educativo comunitario y local. Esta propuesta se actualizará cada dos años.

##### OBJETIVOS

Que los estudiantes

- Actualicen sus conocimientos sobre los cambios e innovaciones tecnológicas que atraviesan al campo de la comunicación social orientada al desarrollo, para poder apropiárselas y contrastarlas con sus prácticas de intervención.
- Intervengan comunicacionalmente en los distintos niveles de prácticas con herramientas novedosas, especialmente orientadas a la promoción de la participación individual, grupal y organizacional en la producción de procesos comunicacionales.
- Se apropien del uso concreto de las nuevas herramientas a partir de un espacio de aprendizaje a modo de taller, laboratorio, con una metodología de fuerte acento en la práctica y del “ensayo y error”, a través de dispositivos de fácil aplicación social y en sus propios contextos personales y grupales.

##### EJES DE CONTENIDO

Programas de edición digital de sonido. Programas de edición digital audiovisual. Programas de diseño gráfico. Redes sociales y programas de código abierto (software libre). Televisión Digital.



#### 4. AREA DE PRÁCTICAS PROFESIONALIZANTES

El área de prácticas profesionalizantes constituye un espacio de aprendizaje donde se integran conocimientos y saberes abordados en distintas instancias formativas, y las propias experiencias profesionales y personales de los estudiantes en función del perfil profesional.

Cabe aclarar que se sostiene una comprensión multidimensional de las prácticas, en las que se integran aspectos macro sociales e institucionales, considerados desde las perspectivas políticas, ideológicas, económicas, culturales, pedagógicas y sociales que atraviesan su actuación.

Se entiende la práctica como un hacer creativo y reflexivo que pone en juego los marcos conceptuales y esquemas de acción disponibles en los sujetos. Dada la complejidad de esta tarea de reflexión, se prevé la realización de actividades de preparación, análisis y evaluación del trabajo en el taller. En este sentido, se ofrecen herramientas metodológicas que apuntan a sostener las intervenciones de los futuros técnicos en los diferentes ámbitos en que actúen.

El área se lleva a cabo en tres espacios curriculares: dos de duración cuatrimestral y uno de duración anual en una secuencia de trabajo que va desde:

- a) el **acercamiento inicial** a distintos temas, ámbitos e instituciones (públicos estatales o sociales/comunitarios) propios de la comunicación social en el desarrollo local;
- b) el **diseño e implementación** de actividades y/o producciones e intervenciones comunicacionales junto a diversos tipos de actores que se desempeñan en el escenario local;
- c) el **diseño, implementación y evaluación** de proyectos comunicacionales en tanto conjunto de actividades mediáticas y no mediáticas con objetivos, temáticas y actores diversos en el escenario local.

A continuación se plantean algunos **criterios generales** para la estructuración de prácticas profesionalizantes:

La estructuración de las prácticas profesionalizantes está en directa relación con el “*perfil profesional*” de la técnica que propone a los estudiantes desde el inicio de su formación la investigación de la realidad local, provincial y regional mediante el uso de diferentes técnicas y métodos de investigación, análisis crítico e histórico, a fin de construir por sí mismos una *mirada compleja y crítica pero a la vez propositiva de su realidad*.

La vocación propositiva se expresa en el fuerte acento puesto en la *producción de contenidos* en distintos lenguajes para problematizar creativamente y otorgarles visibilidad pública a aquellas cuestiones de agenda pública que hayan aparecido o no como demanda de la comunidad.

Estas producciones son concebidas en el marco de *proyectos comunicacionales* más amplios en tanto conjunto de actividades mediáticas y no mediáticas con objetivos diversos y convergentes de instalación, reflexión, movilización, organización y capitalización de logros en torno a un tema pertinente y relevante para el desarrollo local, y junto con actores de diverso tipo.

Por lo tanto, es muy importante no perder de vista el *sentido práxico de las intervenciones*. Aunque las prácticas se propongan como oportunidades para el desarrollo de la capacidad de análisis crítico de la realidad esto no debe dissociarse del diseño de dispositivos, instrumentos de trabajo y producción de contenidos, que en definitiva hacen a la labor socialmente instituida de los comunicadores. Pero a la vez es fundamental que el acento puesto en ello no refuerce una lectura instrumental de la práctica profesional que priorice la técnica de la producción (que corresponde a los talleres de lenguajes) por sobre su sentido y su objetivo en el marco de un proceso más amplio. Ambos aspectos son esenciales.

Las prácticas han sido concebidas según un criterio de **complejidad creciente**. **Inicialmente** se propone un acercamiento a las prácticas de comunicación social en relación con los temas y actores del desarrollo local. Aunque esta práctica inicial parta o se posicione desde un ámbito o institución local (un centro de salud; una organización de base comunitaria; un medio comunitario; un centro cultural; etc.) y un tema particular ( la criminalización de la protesta social; el embarazo adolescente; el tratamiento de los residuos urbanos; la violencia contra las niñas y mujeres en el ámbito domestico; etc.) se debe promover en los estudiantes un análisis *multiactoral* que luego se exprese en propuestas de trabajo también multiactorales. El desarrollo local debe pensarse en lógica multiactoral porque la complejidad de los problemas así lo requiere.



En este sentido, debe entenderse que las prácticas son además oportunidades de conocer temáticas del desarrollo local que enriquecen la propuesta curricular. El espacio del taller debe aportar elementos para facilitar esta aproximación. Por último, esta propuesta de organización de las prácticas implica un esfuerzo de coordinación general de los tres niveles que favorezca su articulación con el resto del diseño curricular y con otros ámbitos e instituciones del territorio local para la definición de ejes y temas prioritarios, ámbitos de prácticas, monitoreo y evaluación de lo actuado con la participación activa de docentes, estudiantes y graduados.

## Prácticas Profesionalizantes I: El campo de la comunicación en el desarrollo local

52

### CARACTERIZACIÓN GENERAL

Este espacio curricular cuatrimestral está pensado como un primer acercamiento a las prácticas de comunicación en los contextos socioculturales de la futura intervención profesional.

Se espera que contribuya a lectura crítica y propositiva de estos contextos, a partir de una mirada que permita analizar los alcances y limitaciones de las intervenciones comunicacionales locales. Por ello, el mapeo de los actores y sus puntos de vista, intereses y objetivos debe necesariamente partir de un análisis del desempeño de comunicadores y medios de comunicación con actuaciones relevantes en torno al tema en cuestión.

Los estudiantes se insertarán de modo exploratorio en diversos escenarios concretos donde se desarrollan proyectos de Comunicación orientada al Desarrollo Local (medios, organizaciones sociales, políticas públicas, etc.) a fin de comenzar a conocer las implicancias de la profesión. Estas actividades les insumirán 3 horas de trabajo a lo largo de 10 semanas, con un total de 30 horas en toda la cursada.

### OBJETIVOS

Que los estudiantes

- Realicen un análisis comunicacional de diversos contextos de intervención profesional, identificando temas prioritarios de agenda pública, actores sociales participantes, formas de participación e intercambio, modos de interacción comunicativa, etc.
- Analicen el desempeño de comunicadores y en general medios de comunicación con actuaciones relevantes en temas priorizados del desarrollo local.
- Implementen diferentes métodos y técnicas de recolección y análisis de la información que los aproximen a los puntos de vista, intereses y objetivos de diferentes actores en relación a un mismo tema.
- Sistematicen la información recabada y la expresen de manera creativa y original en producciones gráficas, radiales o audiovisuales que presenten el tema según diferentes puntos de vista.
- Reflexionen sobre sus trayectorias formativas de cara a los futuros contextos socioculturales de intervención profesional.

### EJES DE CONTENIDO

Análisis comunicacional del territorio. Cartografiando los contextos socio culturales de la intervención profesional. Los mapas de actores; de relaciones o redes y de territorios. Definiciones, caracterizaciones y usos. Cartografías y análisis situacional estratégico. Cartografías y democratización de las organizaciones e instituciones. Temas de agenda del desarrollo local expresados comunicacionalmente.

Relevando puntos de vista, acuerdos y desacuerdos. Instrumentos para el relevamiento y el análisis de información. La observación sistemática. El lugar del observador en la observación participante y en la no participante. Consideraciones generales. El registro de la observación. Tipos de entrevistas: abiertas, cerradas. Consideraciones generales. Recaudos a tomar. Registros de entrevistas. Análisis de fuentes secundarias.

Reflexionando sobre la implicación socio-profesional y afectiva en la práctica profesional. La reflexión sobre la práctica. La revisión de las trayectorias personales, sociales y profesionales como modo de formación. La idea de praxis como superación de los enfoques tecnocráticos y aplicacionistas en la formación.

Reconociendo figuras profesionales de la comunicación social en los distintos ámbitos: la cultura, la acción comunitaria, la salud, la promoción de derechos, las propuestas escolares y las organizaciones sociales. Los sujetos, los saberes y las herramientas. Políticas, proyectos e instituciones vinculadas con el campo comunicacional.



## Prácticas Profesionalizantes II: Desarrollo de intervenciones comunicacionales

---

Esta materia cuatrimestral es correlativa de Prácticas Profesionalizantes I. Propone a los estudiantes el diseño e implementación de una actividad y/o la producción de un material, con fines informativos, educativos o de incidencia en políticas públicas, en el marco de intervenciones acotadas; junto a actores público estatales y/o sociales/comunitarios (incluidos medios de comunicación).

Este espacio curricular cuatrimestral está orientado a profundizar las intervenciones comunicacionales en el escenario local, desplegando saberes y conocimientos ya incorporados en otros espacios curriculares de la Tecnicatura, tales como los trabajados en Comunicación y Desarrollo I y II.

La particularidad de este nivel II reside en que le propone al estudiante que asuma un posicionamiento respecto del tema y sume su aporte desde la comunicación social a una línea de acción o proyecto propuesto por determinado/s actor/es social/es vinculado/s con el tema.

Los estudiantes se insertarán en un proyecto u organización específica, que a la vez se espera que esté inmerso en proyectos de intervención comunicacional local en relación con otros actores sociales (redes, foros, etc.). Esto los demandará una intensa actividad in situ, para la cual contarán con 5 horas semanales (distribuidas en dos días) a lo largo de 10 semanas.

### OBJETIVOS

- Que los estudiantes se inserten desde su posicionamiento comunicacional y social en un proyecto de desarrollo local.
- Que identifiquen actividades y/o productos de comunicación cuya realización podría fortalecer iniciativas de desarrollo local en curso.
- Que acuerden con actores insertos en ámbitos e instituciones los objetivos, destinatarios y características de las actividades y/o productos de comunicación y su aporte específico al desarrollo de iniciativas de desarrollo local.
- Que diseñen, implementen y evalúen las actividades y/o productos junto con los actores antes mencionados.

### EJES DE CONTENIDO

El rol de los comunicadores en los proyectos de desarrollo. Niveles de la intervención profesional: la comunicación como aspecto estratégico del diseño e implementación de proyectos de desarrollo; la comunicación como componente instrumental o de apoyo a los proyectos de desarrollo local. Visiones instrumentales, procesuales y estratégicas.

Ejes para el análisis y la construcción de mensajes/materiales informativos, educativos y de incidencia: el eje conceptual, el pedagógico y el comunicacional. Contextos y situaciones en que el mensaje será utilizado. Selección de medios y formatos. Validación de materiales y procesos. Distribución y administración de materiales.

El taller de producción de mensajes. Orientaciones generales para el diseño, realización y evaluación de un taller de producción de mensajes con la organización o la comunidad.

Elementos básicos para la evaluación de procesos y resultados de una actividad informativa, educativa o de incidencia.

## Prácticas Profesionalizantes III: Diseño, desarrollo y evaluación de proyectos de comunicación y desarrollo local.

---

En este nivel los estudiantes se constituyen en equipos promotores o unidades de gestión que en alianza con actores insertos en ámbitos e instituciones, diseñan, implementan y evalúan proyectos de comunicación y desarrollo local. Por ello es necesario que hayan aprobado ambos niveles de Comunicación y Desarrollo.

La particularidad de este nivel III reside en la complejidad derivada del diseño, realización y evaluación de un conjunto de actividades en alianza con otros actores locales y en que los *equipos promotores o unidades de gestión* deberán situarse necesariamente en algunos de los siguientes espacios:

- Una radio comunitaria.
- Una radio local comercial pyme.



- Una radio pública.
- Un canal de TV local, sea privado, comunitario o estatal.
- Un medio gráfico local, zonal o barrial.
- Una productora de contenidos.
- El área de producción periódica de contenidos (boletín electrónico, página web, programa radial o de TV, etc.) de un organismo estatal u organización social o de base comunitaria.

Insertos en estos espacios los estudiantes propondrán un conjunto integrado de actividades mediáticas y no mediáticas con objetivos diversos y convergentes de comunicación, en torno a un tema de agenda pública, y junto con actores locales de relevancia en el territorio. Al ser el Nivel III de las prácticas, se espera que los estudiantes ya cuenten con saberes y habilidades que les permitan realizar una experiencia de mayor presencia y nivel de complejidad en el escenario a desempeñarse. Se espera también que la vivencia de las prácticas se realice con una alta carga horaria, a fin de reconocer más ampliamente las implicancias de la profesión. Por lo tanto, se propone un total de 100 horas en el año, distribuidas en 5 horas semanales durante 20 semanas de cursada.

54

#### OBJETIVOS

- Que los estudiantes se inserten en un medio de comunicación, productora de contenidos o área de producción periódica de contenidos de ámbitos e instituciones del desarrollo local y diseñen, implementen y evalúen un proyecto de comunicación y desarrollo local junto a otros actores socio territoriales.
- Que faciliten procesos de análisis situacional y formulación de objetivos de comunicación en procesos de desarrollo en los que participen otros actores del territorio.
- Que diseñen estrategias de comunicación de acuerdo a diversos objetivos e interlocutores consensuados.
- Que formulen un proyecto de comunicación y desarrollo local y definan cómo se financiará la iniciativa y de qué manera se evaluarán sus procesos y resultados.
- Que reflexionen sobre los desafíos de la gestión asociada de proyectos de comunicación y desarrollo local.
- Que evalúen participativamente la experiencia junto con otros actores del territorio.

#### EJES DE CONTENIDO

Diagnóstico, planificación y evaluación participativos de proyectos de comunicación y desarrollo local. Objetivos e interlocutores diversos y dinámicos en un proyecto de comunicación y desarrollo local. Diferencias y complementariedades entre objetivos de comunicación: informar, instalar, reflexionar, capacitar, movilizar, organizar y capitalizar y socializar logros colectivos. Identificación, caracterización y abordaje diferenciado de los interlocutores/destinatarios de un proyectos: los decisores, los líderes y referentes sociales y políticos, grupos poblacionales específicos, etc.

Los medios de comunicación como actores económicos, sociales, políticos y culturales en el territorio. Construcción de mapas de actores comunicacionales. Construcción de metodologías de acercamiento y aproximación a las problemáticas locales desde las herramientas de la comunicación comunitaria, educativa y popular. Proyecto político cultural y política territorial.

Producción de mensajes, materiales y medios de comunicación en el ámbito local. Roles y tareas en un medio de comunicación. Producción integral de contenidos. Operación y edición analógica y digital. Procesos de diálogo y construcción participativa de necesidades comunicacionales, objetivos y temas/problema.

Se proponen algunos criterios centrales que permitan imprimir a esta carrera una dinámica propia de la educación superior, en la que se promuevan variadas formas de trabajo intelectual de los estudiantes, así como estimular su creciente responsabilidad y autonomía. En tal sentido, se considera conveniente garantizar la especificidad del trabajo en las diferentes unidades curriculares (materias, seminarios, talleres, etc.), lo que tiene su correlato también en las formas de evaluación y acreditación.



# VII.

---

## CRITERIOS PARA EL RÉGIMEN ACADÉMICO





### **Materias libres**

Se podrán rendir como libres las materias que no impliquen producciones colectivas (talleres), participación en trabajos de campo o prácticas profesionales.

### **Equivalencias**

Se podrán solicitar equivalencias para el reconocimiento de saberes previos correspondientes con asignaturas cursadas en otras carreras de educación superior. El procedimiento para su consideración es el establecido en el Reglamento Orgánico Institucional según lo establecido por la normativa específica del nivel de formación técnico superior.

### **Asistencia, promoción y aprobación de espacios curriculares**

Se regirá por la normativa propia del nivel y modalidad, junto con las especificaciones que oportunamente defina el Consejo Directivo para las situaciones no previstas en la reglamentación general.

### **Evaluación de la formación**

El tipo de estructura que se presenta en este diseño plantea desafíos en lo referido a la evaluación de la formación, por lo cual se propone que:

- en cada instancia curricular, el docente evalúe los procesos y resultados de aprendizaje de los estudiantes.
- en las instancias integradoras (prácticas), confluyan –además de la propia evaluación del docente a cargo– las perspectivas de otros profesores cuyas instancias curriculares estén involucradas en la integración que se propone al estudiante y la de las personas que se desempeñan en los contextos en que el estudiante desarrolle las prácticas.
- se busquen dispositivos que permitan la evaluación permanente del proceso formativo del estudiante, como modo de mejorar su proceso formativo y también recuperar información como insumo para la evaluación institucional de la carrera en su conjunto.

# VIII.

---

## RÉGIMEN DE CORRELATIVIDADES



<b>PARA CURSAR</b>	<b>SE REQUIERE HABER APROBADO</b>	<b>SE REQUIERE HABER CURSADO</b>
Teorías de la Comunicación II	Teorías de la Comunicación I Perspectivas filosóficas y culturales contemporáneas	
Comunicación y Desarrollo II	Comunicación y Desarrollo I	Teorías de la Comunicación I
Economía Política y Comunicación	Historia Social Argentina Sociedad, Estado y Desarrollo Local	
Seminario Taller de Actualización en el Area de Comunicación	Comunicación y Desarrollo I Semiología y Análisis de los Discursos Sociales	Teorías de la Comunicación I
Taller de Radio II	Taller de Radio I	
Taller de Producción Audiovisual II	Taller de Introducción a la Producción Audiovisual	
Taller de Actualización / Profundización Multimedial	Taller de Radio I Taller de Radio II Taller de Introducción a la Producción Audiovisual Taller de Producción Audiovisual-Documental	Taller de producción Oral y Escrita
Taller de Producción Periodística para Medios Gráficos	Taller de producción de materiales gráficos	Taller de producción Oral y Escrita
Prácticas Profesionalizantes I	Comunicación y Desarrollo I Taller de producción Oral y Escrita Un taller del área de Producción (Radial, Audiovisual o Gráfica)	Comunicación y Desarrollo II
Prácticas Profesionalizantes II	Prácticas Profesionalizantes I Taller de Producción de Materiales Gráficos Taller de Producción Audiovisual I	
Prácticas Profesionalizantes III	Prácticas Profesionalizantes II Comunicación institucional y comunitaria	Teorías de la Comunicación I Comunicación y Desarrollo I







---

Av. Santa Fe 2778, CABA  
(011) 4823 5308 / 4821 5221  
info@istlyr.edu.ar  
www.istlyr.edu.ar