

PROGRAMA DE MATERIA

- **Asignatura: Animación Sociocultural**
- **Ciclo Lectivo: 2025 1º Cuatrimestre**
- **Carrera/s: Comunicación Social**
- **Profesor/a a cargo: Leonardo Altieri**
- **Equipo de cátedra: Laura Garcia**

I- FUNDAMENTACIÓN / MARCO REFERENCIAL

La materia se sustenta básicamente en las alternativas teóricas que toman a la animación sociocultural y a la comunicación como práctica de intervención social en los procesos de desarrollo de la comunidad.

La comunicación es comprendida como un espacio para la construcción con el otro. De este modo, la comunicación es una experiencia que supone promover el diálogo y priorizar la múltiple construcción de sentidos, superando la perspectiva instrumental que la asocia con la transmisión de información y, volviendo a un sentido más primitivo, donde comunicar es poner en común para la concepción de nuevos saberes, significaciones y valores. Es reconocer al otro y reconocerse en el otro. En ese sentido, "(.) vivida como experiencia, la comunicación representa el espacio donde cada quien pone en juego su posibilidad de construir con otros" (Mata, 1985).

La dimensión comunicacional es siempre, una posibilidad para abordar y transformar la realidad y está presente en toda práctica de la vida cotidiana, la que puede definirse como "una experiencia educativa que se construye a través de la comunicación, intercambio y producción de sentidos entre los sujetos que de ella participan" (Uranga, 2007) En ella es donde tienen lugar los fenómenos comunicativos. Y es allí donde se constituyen los sujetos como actores de las prácticas sociales.

Esta perspectiva nos permite superar la dicotomía información/comunicación. Resulta oportuno, recuperar los tres sentidos que, Dominique Wolton (2007), asigna a la comunicación como directa, técnica y social, las cuales tienen como denominador común la interacción. Como seres sociales no es posible concebir la sociedad sin su dimensión comunicacional; la comunicación es lo que constituye y atraviesa a cada uno de los sujetos y ella es vivida según las normas, prácticas, valores de los modelos culturales que sustenta a esa comunidad. La comunicación directa resulta, "una experiencia antropológica fundamental" (2007).

Pareciera que con el devenir de los años las sociedades tendieron más a una concepción de la comunicación alejada del cara/cara, la empatía para volverse más funcional a las

necesidades económicas de los países. En este sentido, el paradigma de la comunicación participativa, la comunicación para el cambio social altera la matriz hegemónica y colocan en el centro de la discusión un problema de poder, “la democratización de la comunicación toca de lleno el tema del poder. Los enfoques participativos contribuyen a colocar la toma de decisiones en manos del pueblo; además, consolida la capacidad de las comunidades de confrontar sus ideas sobre el desarrollo” [Gumucio Dagron, 2001]

De modo paralelo al auge de la globalización, mercantilización, expansión de la técnica y las tecnologías, se han documentado experiencias donde comunidades de países latinoamericanos protagonizan procesos de comunicación territoriales más cercanos a sus preocupaciones y problemáticas cotidianas; fortaleciendo el tejido social e infundiendo orgullo por la cultura local. Se trata de “comunicar para el cambio social”, para transformar, para incluir en lugar de excluir, para integrar en lugar de fragmentar, para compartir en lugar de individualizar. De recuperar la noción de capital social como una forma de superar los recursos económicos que tienen las personas, comunidades, sociedad y países para modificar su situación.

La dimensión comunicacional se vuelve una oportunidad para trabajar desde el espacio de lo microsocial y recuperar los lazos de la solidaridad los que fueron deteriorados como consecuencia de la fragmentación social (Carballeda, 2012).

En las organizaciones sociales confluyen los ciudadanos con sus problemas y desafíos, pero también con sus potencialidades y sueños. Trabajar desde allí, plantear una comunicación estratégica desde la complejidad que reviste cualquier relación social, es el punto de partida para construir un espacio de lo público que esté basado en la mirada de los actores sociales que protagonizan esos procesos de construcción de su cultura e identidad.

Esta propuesta se organiza desde una perspectiva teórico-práctica que permita capacitar a los alumnos en el análisis de las prácticas de organización y desarrollo comunitario y en su posible participación profesional en las mismas.

Durante la cursada, se desarrollarán los contenidos de las unidades temáticas, encarándolos en forma integrada a partir del análisis de experiencias de intervención realizadas tanto desde organismos estatales como de instituciones de la comunidad

II- OBJETIVOS

- Favorecer el conocimiento de la animación sociocultural y la comunicación como dispositivos de intervención en las prácticas sociales desde el rol profesional.
- Propiciar el encuentro de la teoría y la práctica en la construcción de un objeto de estudio propio de la animación sociocultural, resignificando los contenidos abordados en las asignaturas precedentes y en las experiencias de trabajo realizadas desde la inserción laboral y/o actividades de campo.
- Contribuir a la apropiación de nuevos conceptos teóricos y metodológicos en función de las prácticas que favorezcan la reflexión sobre el rol del egresado de ciencias sociales a partir de los requerimientos y demandas de la sociedad actual.

III- CONTENIDOS Y BIBLIOGRAFÍA**Unidad N°1: La animación sociocultural**

- Distintos aportes para su construcción teórica.
- Supuestos acerca de la animación sociocultural. Representaciones sociales.
- Campo de la animación sociocultural.
- Las características de la comunicación comunitaria.
- La comunicación como un facilitador de los procesos sociales.

Bibliografía Obligatoria

- COLOMBRES, Adolfo. ¿Militancia cultural o gestión profesional? Ponencia presentada en el 2º Congreso Provincial de Cultura. Ciudad de Mar del Plata, 11 y 12 de Sep. 2008
- MERINO FERNÁNDEZ, José. "Programas de animación sociocultural. Tres instrumentos para su diseño y evaluación". Ed. Narcea, Madrid, 2003.
- PUIG PICART, Toni. "Animación sociocultural e integración territorial" Ed. CICCUS, Buenos Aires, 1994. Cap 1 y 2

Unidad N°2: Comunicación Comunitaria

- Las características de la comunicación comunitaria.
- La comunicación como un facilitador de los procesos sociales.

Bibliografía Obligatoria

- Alfaro Moreno, Rosa María: “La comunicación como relación para el desarrollo”, en Una comunicación para otro desarrollo. Lima, Calandria, 1993, 27-39.
- MATA, María Cristina. “Comunicación Popular: Continuidades, transformaciones y desafíos”
- MATA, María Cristina. “NOCIONES PARA PENSAR LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA MASIVA”. Módulo 2, Curso de Especialización Educación para la comunicación-La Crujía, Bs. As. 1985
- PÉREZ S.J., GABRIEL JAIME, FRANCO, FANNY PATRICIA, MARION CATAÑO, MÓNICA, Comunicar para el cambio social: una comunicación ética y política. Entrevista con Alfonso Gumucio Dagron Signo y Pensamiento [en línea] 2009, XXVIII (Julio-Diciembre): [Fecha de consulta: 20 de agosto de 2016] Disponible en: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86020246018>> ISSN 0120-4823
- URANGA, Washington. “Mirar desde la Comunicación”.

Unidad N°3: Intervención Comunitaria

- Organización y Gestión Institucional
- Análisis institucional. Principio de identidad y cultura.
- Actores sociales. Su interrelación en las instituciones.
- Metodología: mapeo de actores, de territorio y sociograma.
- Metodologías de intervención social. Ejes e instrumentos de intervención.

Bibliografía Obligatoria

- ALGRANATTI; BRUNO; LOTTI. “Mapear actores, relaciones y territorios”
- CARBALLEDA, Alfredo. “La intervención en lo social” Ed. Paidós, Buenos Aires, 2004.
- TAPPELLA, Esteban. “El mapeo de actores claves”.

Bibliografía Ampliatoria

- RISLER; ARES. “Manual de mapeo colectivo: recursos cartográficos críticos para procesos territoriales de creación colaborativa”, 1a ed. Buenos Aires: Tinta Limón, 2013.

Unidad N°4: Diagnóstico y Planificación Comunicacional

- Diagnóstico comunicacional: identidad visual y conceptual; acciones de comunicación; imagen.
- Situación problema.
- Planificación comunicacional.

- Plan estratégico de comunicación.
- ETKIN, Eugenia. "Comunicación para las organizaciones sociales". La Crujía, Buenos Aires, 2012.
- ENZ, Angélica; FRANCO, Valeria; SPAGNUOLO, Vanesa. "Manual de comunicación para organizaciones sociales". Buenos Aires, 2012.

Bibliografía Ampliatoria

- Barrio Galaxia. Manual de comunicación comunitaria.

CRONOGRAMA

DIA	BLOQUE TEMÁTICO	BIBLIOGRAFÍA	CONCEPTOS
31/03	Presentación de la materia	MERINO FERNÁNDEZ. Video.	El rol de la comunicación en los procesos sociales.
07/04	Bloque I: La animación sociocultural	MERINO FERNÁNDEZ, José. "Programas de animación sociocultural. Tres instrumentos para su diseño y evaluación". Ed. Narcea, Madrid, 2003.	La animación sociocultural y el rol de la comunicación en las OSC. Distintos aportes para su construcción teórica. Campos de la animación sociocultural.
14/04	Bloque I: La animación sociocultural Bloque II: Comunicación para el cambio social o Comunicación Comunitaria	COLOMBRES, Adolfo <i>¿Militancia cultural o gestión profesional? Ponencia presentada en el 2º Congreso Provincial de Cultura. Ciudad de Mar del Plata, 11 y 12 de Sep. 2008</i> Ficha Nº 5. ALFARO MORENO, Rosa María: "La comunicación como relación para el desarrollo", en <i>Una comunicación para otro desarrollo</i> . Lima, Calandria, 1993, 27-39. MATA, María Cristina. "Comunicación Popular: Continuidades, transformaciones y desafíos" MATA, María Cristina. "NOCIONES PARA PENSAR LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA MASIVA". Módulo 2, Curso de	El perfil del animador social. El promotor cultural ¿agente externo o interno? La comunicación como un espacio para la construcción con el otro. La comunicación para el desarrollo La comunicación y la cultura masiva

		<i>Especialización Educación para la comunicación-La Crujía, Bs. As. 1985</i> <i>URANGA, Washington. "Mirar desde la Comunicación".</i>	
21/04	Presentación del Primer Trabajo de Investigación y de la OS con la que van a trabajar.	<i>Exposición oral grupal</i> <i>PARCIAL BLOQUE 1</i>	Reconstrucción grupal de las experiencias de animación a la luz de los conceptos abordados.
28/04	Bloque III: Intervención sociocomunitaria	Dimensiones para el análisis institucional. <i>Propuesta de Cátedra</i> CARBALLEDA, Alfredo. "La intervención en lo social" Ed. Paidós, Buenos Aires, 2004.	Introducción a las metodologías de trabajo de campo socio comunitario Ejes e instrumentos para la intervención sociocultural La noción de actor social [presentación del tema]
05/05	Bloque III: Intervención sociocomunitaria	MANUAL RISLER, JULIA Y ARES, PABLO. Manual de mapeo colectivo: recursos cartográficos críticos para procesos territoriales de creación colaborativa. Buenos Aires: Tinta Limón, 2013. ALGRANATTI; BRUNO; LOTTI. "Mapear actores, relaciones y territorios" TAPELLA, Esteban. "El mapeo de actores claves".	La noción de actor social Caracterización de los diversos mapeos: actores, relaciones y territorio.
12/05		15Hs "Charla comunicación responsable"	

19/05		15:30 PARCIAL BLOQUE II – CLASE ESPECIAL	
-------	--	---	--

26/05	Bloque IV: Diseño y planificación de proyectos sociales con eje en lo comunicacional	ETKIN, Eugenia. "Comunicación para las organizaciones sociales". La Crujía, Buenos Aires, 2012. ENZ, Angélica; FRANCO, Valeria; SPAGNUOLO, Vanesa. "Manual de comunicación para organizaciones sociales". Buenos Aires, 2012. Manual de Comunicación Comunitaria. Poder decir, poder hacer. Ministerio de Desarrollo Social de la Nación.	Diagnóstico comunicacional: perspectivas para su abordaje. Metodologías. Componentes del diagnóstico: Identidad visual y conceptual. Acciones de comunicación.
02/06	Bloque IV: Diseño y planificación de proyectos sociales con eje en lo comunicacional	ETKIN, Eugenia. "Comunicación para las organizaciones sociales". La Crujía, Buenos Aires, 2012. Barrio Galaxia. Manual de comunicación comunitaria. UNICEF, Buenos Aires, 2006, cuadernillo: Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo	Planificación Comunicacional. Perspectivas para su abordaje. La importancia de la definición de problemas. La elaboración de objetivos. Componentes: estrategias, componentes, evaluación.
09/06	Bloque II: Comunicación para el cambio social o Comunicación Comunitaria	<i>"Antología de Comunicación para el Cambio Social" de Gumucio y Tufte. (Introducción)</i> <i>PÉREZ S.J., GABRIEL JAIME, FRANCO, FANNY PATRICIA, MARION CATAÑO, MÓNICA, Comunicar para el cambio social: una comunicación ética y política. Entrevista con Alfonso Gumucio Dagron Signo y Pensamiento [en línea] 2009, XXVIII (Julio-Diciembre): [Fecha de consulta: 20 de agosto de 2016] Disponible</i>	La comunicación para el cambio social. Recorrido Histórico del concepto y paradigmas desde los cuales se abordó.

		en:<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=86020246018> ISSN 0120-4823 <i>La Investigación Acción Participativa.</i> Rocha Torres, Cesar Augusto	El enfoque de la investigación acción participativa.
16/06		FERIADO	
23/06		TUTORIAS- RECUPERATORIO ENTREGA TP FINAL – Último plazo 27 de junio	
30/06	ENTREGA FINAL	EXPOSICIÓN ORAL y CIERRE DE LA SITUACIÓN ACADÉMICA DE CADA ESTUDIANTE	

IV - METODOLOGÍA DE TRABAJO

La materia tiene una asignación de 64 horas cátedra para trabajo en el aula. Se propone la siguiente metodología.

En los encuentros semanales se abordan conceptos teóricos, se realizan trabajos prácticos a partir de lectura de material bibliográfico y/o de intercambio de experiencias (estudio de casos), con guías que fijan las pautas de abordaje.

Cuando el tema lo amerite, se realizarán clases especiales con la participación de expertos, o utilización de recursos gráficos, orales o audiovisuales.

En cuanto al trabajo de campo, se desarrollará a partir de la formación de equipos de alumnos que elaborarán un proyecto para implementar en una o varias instituciones de la comunidad, en el marco de la propuesta general de animación sociocultural planteada en la materia.

V- EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

Para evaluar se utilizarán criterios que permitan dar cuenta del proceso de enseñanza y los

distintos procesos de aprendizaje realizados a lo largo de toda la cursada. Para esto se tendrán en cuenta las exposiciones teóricas y las síntesis parciales necesarias, la resolución de trabajos prácticos, y el trabajo de campo relacionando los propósitos y los resultados alcanzados que se expondrán en un informe al finalizar el cuatrimestre.

Criterios de acreditación

- Integración de los contenidos teórico-prácticos.
- Participación en la práctica de intervención de campo.
- Lectura de la totalidad de la bibliografía obligatoria
- Empleo de vocabulario específico.
- Análisis crítico de los textos.
- Participación en clase y presentación de los trabajos prácticos en tiempo y forma.
- Competencia en la organización escrita del pensamiento.

Sistema de regularidad:

- ___ Cumplir con el 75% de asistencia a las clases teórico-prácticas.
- Aprobar la instancia de evaluación conceptual.
- Realizar una investigación sobre el estado del arte de la animación sociocultural como practica comunicacional.
- Aprobar la presentación de un trabajo de campo grupal cuatrimestral (considerado segundo parcial) donde se apliquen algunas de las herramientas de intervención en lo social que se estudien durante la cursada.

La materia NO CUENTA con el sistema de PROMOCIÓN DIRECTA.

Por reglamento de la actividad académica y la Disposición C.A. Nº 066/92, la calificación es numérica (1 a 10). Para rendir el examen final en carácter de regular, se requerirá tener aprobadas como mínimo dos evaluaciones parciales con una nota mínima de 4 puntos.

La instancia de EXAMEN FINAL OBLIGATORIO será con carácter de coloquio que se podrá rendir una vez que el trabajo de campo esté finalizado y la intervención realizada.

LEONARDO ALTIERI

PROF. TITULAR

LAURA GARCIA

JEFE DE TRABAJOS PRÁCTICOS