



Ministerio de Cultura y Educación
Universidad Nacional de San Luis
Facultad de Ciencias Humanas
Departamento: Comunicación
Area: Area 9: Política e Instituciones

(Programa del año 2013)
(Programa en trámite de aprobación)
(Presentado el 13/03/2013 16:32:24)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
TALLER ELABORACION DE PROYECTOS DE COMUNICACION	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	09/07	2013	1° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
LONGO, VERONICA BEATRIZ	Prof. Responsable	P.Adj Semi	20 Hs
ORTIZ ALARCON, IRMA	Auxiliar de Práctico	A.1ra Semi	20 Hs

III - Características del Curso

Credito Horario Semanal				
Teórico/Práctico	Teóricas	Prácticas de Aula	Práct. de lab/ camp/ Resid/ PIP, etc.	Total
4 Hs	2 Hs	2 Hs	Hs	4 Hs

Tipificación	Periodo
A - Teoría con prácticas de aula y campo	1° Cuatrimestre

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
14/03/2013	26/06/2013	15	60

IV - Fundamentación

En este taller se explorarán y abordarán- de forma práctica-, aspectos teóricos y metodológicos de la planificación de proyectos de comunicación. En este marco, la práctica se asienta en la teoría, y desde ahí se realizan y analizan diagnósticos y planificaciones en organizaciones o grupos concretos.

Planificar en comunicación social supone reconocer cómo funcionan los procesos comunicacionales entre los sujetos, analizar y evaluar situaciones comunicativas, así como también los discursos recurrentes que aparecen (explícita o implícitamente, formalizados o no, las resistencias, los silencios, lo dicho) en toda organización (o grupos de sujetos), y proyectar acciones que reviertan las situaciones problemáticas en esos espacios en los que se interviene. Así mismo, podemos decir que la planificación de la comunicación que optamos es estratégica:

- siempre es política (supone una visión del mundo, dirige cuestiones conflictivas)
- es tanto técnica, como reflexión previa a la acción para optimizar resultados y esfuerzos,
- puede prever situaciones futuras,
- supone articular lo general y teórico con lo situacional y práctico

Desde nuestra perspectiva, la planificación en comunicación no es punto final, aplicación de herramientas, conclusión, ejercicio de cierre, respuesta. Antes bien, se vislumbra, como interrogante permanente que orienta el proceso y la investigación.

Finalmente, se espera que los futuros comunicadores puedan entender la comunicación necesariamente imbricada a toda actividad, organización, grupo y relación, y no como un elemento más de ésta o una herramienta de análisis, o un aspecto subsidiario, o como subsistema. También que al momento de planificar se opta por algún marco ideológico y que se planifica

desde algún lugar para transformar la realidad.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

- Lograr en los alumnos y las alumnas una formación científico-metodológica para la comprensión global de la realidad sociocultural para la elaboración, planificación y evaluación de proyectos de comunicación social.
- Brindar soportes teóricos y metodológicos que posibiliten la descripción, explicación e interpretación de los distintos aspectos de la comunicación en las organizaciones sociales e instituciones.
- Favorecer la realización y evaluación de proyectos en comunicación social

VI - Contenidos

Organizados por núcleos temáticos interconectados

- La Planificación en comunicación. Paradigmas: normativo y estratégico. El rol del comunicador. La teoría de la comunicación imbricada con la planificación. La dimensión política de la planificación
- Organizaciones sociales e instituciones. La planificación en comunicación en organizaciones e instituciones. La gestión organizacional.
- El proyecto en comunicación: Diagnóstico. Planificación. Elaboración. Ejecución. Evaluación.
- El diagnóstico comunicacional. Tipos de diagnósticos y su realización. Marco teórico. Recolección de información. Interpretación de los datos.
- Identidad. Imagen. Cultura organizacional. Comunicación interna y externa. Mapa de actores. Los grupos.
- Problema/necesidades. Objetivos. Actividades. Viabilidad. Recursos. Beneficiarios.
- Presentación del proyecto

VII - Plan de Trabajos Prácticos

Objetivos:

Articular las dimensiones teóricas en una organización, comunidad o grupo en particular.

El plan de trabajos prácticos supone la presentación en tiempo y forma de trabajos individuales y grupales que se orienten a la realización de un trabajo final que dé cuenta de la aplicación de dimensiones teóricas en un espacio particular

Aspectos a considerar en las instancias evaluativas :

- 1.Trabajos evaluativos en aula -taller
- 2.Elaboración un proyecto comunicacional (diagnóstico y planificación) en una organización. EN GRUPOS
- 3.Defensa del proyecto elaborado ante la institución en cuestión. EN GRUPOS
- 4.Evaluación escrita. INDIVIDUAL

VIII - Regimen de Aprobación

1. Alumnos promocionales

- * Asistencia al 80% de las clases teóricas y prácticas.
- * Aprobación del 100% de las evaluaciones parciales (en primera instancia) con nota igual o mayor a 7 (siete). Se tomará un único recuperatorio.
- * Aprobación de los Trabajo Prácticos áulicos e integradores con nota igual o mayor a 7 (siete)

2. Alumnos regulares

- * Asistencia al 70% de las clases teóricas y prácticas
- * Aprobación del 100% de las evaluaciones parciales con nota igual o mayor a 4 (cuatro). Se tomará un único recuperatorio
- * Aprobación de los Trabajo Prácticos áulicos e integradores con nota igual o mayor a 4 (cuatro)
- * Con examen final ante Tribunal.

3. Alumnos libres

- * Aprobación del 100% del Trabajo Práctico integrador (entregado un mes antes de rendir el examen final)
- * El examen final será oral y escrito.

Se aconseja tomar contacto con la Cátedra por lo menos dos meses antes del examen.

IX - Bibliografía Básica

- [1] Abatedaga,, Nidia (comp) (2008): Comunicación. Epistemología y Metodologías para Planificar por Consensos. Ed.

Brujas. Córdoba. Capítulo 2.

[2] Amado Suárez, A (ed) (2008) Auditoría de comunicación. Ed. La Crujía. BA (capítulo básico 3: “El recorrido metodológico de la auditoría”, por Eugenia Etkin)

[3] Bruno, Daniela (s/d) Una perspectiva acerca del marco teórico. Documento de Cátedra Teoría de la Planificación Comunicacional, UNLP

[4] Jaramillo, Juan C (2011). ¿Comunicación Estratégica o Estrategias de Comunicación? El Arte del Ajedrecista. Disponible en

<http://www.comminit.com/la/content/%C2%BFcomunicaci%C3%B3n-estrat%C3%A9gica-o-estrategias-de-comunicaci%C3%B3n-el-arte-del-ajedrecista>

[5] Prieto Castillo (1990). “Alcances del diagnóstico comunicacional”, en Diagnóstico de Comunicación. Ed. Quipus/CIESPAL, Quipu

[6] Radulich, G. y Tufro, L (s/d) Métodos y técnicas de investigación aplicadas al diagnóstico de la comunicación. Documento de Cátedra Teoría de la Planificación Comunicacional, UNLP

[7] UNICEF (2006) Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo. Cuadernillo 2.

[8] Uranga, W (2007, mayo) “El sentido de las técnicas en el diagnóstico desde la comunicación”. Ficha de trabajo. Cátedra W. Uranga – UBA / UNLP. En http://www.catedras.fsoc.uba.ar/uranga/tecnicas_de_reconocimiento_de_la_realidad.pdf

[9] Uranga, W y otros (1991) Diagnóstico y planificación de la comunicación. En: Cuaderno nro. 8. Curso de especialización. Educación para la comunicación. La Crujía, B.A.

[10] Uranga, W (2004) “La comunicación como herramienta de gestión y desarrollo organizacional”. Semana de Comunicación en las Organizaciones, Rosario. Disponible en www.wuranga.com.ar

[11] Casos suministrados por la cátedra

[12] Se trabaja con el blog de la cátedra: www.planificarencomunicacion.blogspot.com

X - Bibliografía Complementaria

[1] Abatedaga, Nidia (2008) Introducción a las Teorías de la Comunicación. Ed. Brujas. Córdoba.

[2] Amado Suárez, A. y Castro Zuñeda, C. (1999) Comunicaciones Públicas. El modelo de la comunicación integrada. Editorial Temas. BA

[3] Ander Egg, E y Aguilar Idáñez, MJ (1995) Diagnóstico social. Conceptos y metodología. Editorial Lumen

[4] Chaves, Norberto (1988) La Imagen Corporativa. Barcelona, Ed. Gustavo Gili SA. Cap. 2 y 5

[5] Cimadevilla, G. (2007, nov.) Estado del arte. Trayectos y grises de las teorías y de las prácticas en comunicación y desarrollo. Presentación del Seminario Internacional Comunicación & Desarrollo INTA, Buenos Aires

[6] Diaz Bordenave, J y Carvalho, H (1978) Planificación y Comunicación. Editorial Don Bosco, Quito, Ecuador

[7] Longo, V (2006) La dificultad en la construcción del objeto de la teoría de la comunicación. Una aproximación al ámbito de la comunicación social como objeto disciplinar. II Jornadas Nacionales y I Jornadas Latinoamericanas Sobre Arte, Educación y Comunicación (Facultad de Ciencias Humanas - Universidad Nacional de San Luis).

[8] Longo, Verónica (2010, octubre) De los aportes de la comunicación para mejorar, a la inherencia de lo comunicativo en lo social. XV Jornadas Nacionales de Extensión Rural y de VII del Mercosur. San Luis.

[9] Massoni, S; Mascotti, M. (2000) Apuntes para la comunicación en un mundo fluido: mediación es no mediar, Rosario, Argentina.

[10] Massoni, Sandra (1990) Estrategias de comunicación: nuevos modelos de investigación e intervención en comunicación y desarrollo en Argentina., Universidad Nacional de Rosario

[11] Massoni, Sandra, Maroni, Jorge R., Gargicevich, Adrián (2002, junio) Diagnóstico comunicacional sobre las percepciones diferenciales del problema de la sostenibilidad del sistema agrícola en Casilda. En Revista de Investigaciones de la Facultad de Ciencias Agrarias- N° II Disponible en <http://www.fcagr.unr.edu.ar/Investigacion/revista/rev2/2.htm>

[12] Mata, M. C. (2002, noviembre) Comunicación, ciudadanía y poder. Pistas para pensar su articulación. Diálogos de la Comunicación 64. Lima: FELAFACS.

[13] Robirosa, y otros (1990) Turbulencia y Planificación Social. Lineamientos Metodológicos de Gestión de Proyectos Sociales desde el Estado. SigloXXI, BA

[14] Prieto Castillo, D. (1993) Planificación de la Comunicación Institucional. Universidad Centroamericana, El Salvador.

[15] Román, Marcela (1999) “Guía Práctica para el Diseño de Proyectos Sociales”- CIDE. BA. Disponible En http://webs.uvigo.es/pmayobre/master/textos/maria_mendez/disenio_proyectos.pdf

[16] Saladrigas Medina, Hilda (2005). Comunicación organizacional: Matrices teóricas y enfoques comunicativos. Revista Latina de Comunicación Social, 60. La Laguna (Tenerife). Recuperado el 10 de octubre de 2009 de:

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/200540saladrigas.htm>

[17] Scheinsohn, Daniel (2000) Más allá de la imagen corporativa. Cómo crear valor a través de la comunicación estratégica. Buenos Aires, Ed. Macchi.

[18] Schvarstein, Leonardo (1996) Psicología Social de las Organizaciones. Nuevos aportes. Edit. Paidós. Capítulo 1

[19] Servaes, Jan (2000, setiembre) Comunicación para el desarrollo: tres paradigmas, dos modelos. En Temas y Problemas de Comunicación nro. 10. Río Cuarto. Disponible en

http://www.unrc.edu.ar/insti/05/comu/temasyproblemas/pdf/temasyproblemas_10.pdf

[20] Ulloa, Fernando. (1969) Psicología de las instituciones. Una aproximación psicoanalítica. En Revista de Psicoanálisis-XXVI, Bs. As.- Capítulo 2.

[21] Uranga, Washington (2007): Mirar desde la comunicación. Buenos Aires. En URL:

http://www.catedras.fsoc.uba.ar/uranga/uranga_mirar_desde_la_comunicacion.pdf

[22] Weil, Pascale (1992) La comunicación global. Comunicación institucional y de gestión. BsAs. Paidós

XI - Resumen de Objetivos

-Lograr en los alumnos una formación académico-científico-metodológica para la comprensión global de la realidad sociocultural para la elaboración, planificación y evaluación de proyectos de comunicación social.

-Favorecer la realización y evaluación de proyectos (diagnósticos y estratégicos) en comunicación social

XII - Resumen del Programa

XIII - Imprevistos

XIV - Otros

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA

Profesor Responsable

Firma:

Aclaración:

Fecha: