



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 2015)
 (Programa en trámite de aprobación)
 (Presentado el 24/03/2015 22:25:28)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
COMUNICACION INSTITUCIONAL	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	09/07	2015	1° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
ORTIZ ALARCON, IRMA	Prof. Responsable	P.Adj 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	Hs	Hs	Hs	4 Hs

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

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
16/03/2015	26/06/2015	15	60

IV - Fundamentación

Este programa, propone la perspectiva relacional de la comunicación partiendo de que en ella se basa la construcción de la sociedad y por supuesto la cultura. El sentido se construye en la relación, es decir si no hay interacción, no hay sentido. Es muy difícil pensar que el sentido individual se realiza plenamente, si al momento de expresarse no encuentra correspondencia en otra u otras individualidades. Visto así, la comunicación articula significados y construye sentidos.

De acuerdo con Jesús Martín Barbero, comunicarnos es poner en común, es decir, no tanto llegar a un acuerdo o discutir y llegar al consenso, como hacer común precisamente lo que tenemos en común, así sea el desacuerdo. En este sentido la comunicación institucional tiene por objeto buscar los mecanismos para poner en común, para que sea posible comunicar, y a través de la comunicación interactuar en las organizaciones, a su interior y hacia afuera de ellas. En la cultura están las formas de interactuar, y en la comunicación las formas de poner en común la cultura.

Así como la cultura, en general, hace referencia al ethos, a las maneras de ser, comportarse y vivir en sociedad, la cultura organizacional define la manera de ser, comportarse y actuar en una organización. En este sentido, la comunicación y la cultura no son dos elementos separados, tampoco la comunicación está al servicio de la cultura, se entiende que la comunicación es la forma concreta como se expresa en la cotidianidad la cultura y se hace cultura, si se incide en las prácticas de comunicación se puede incidir para transformar la cultura organizacional.

“La organización es, para quienes la observan desde afuera o desde dentro, la puesta en escena de un orden simbólico. La interacción de los sujetos dentro de ella resulta del modo en que éstos asignan significados a lo que allí acontece...” La comunicación en la organización juega un papel importante como elemento de integración-dispersión en la cultura organizacional.

A lo anterior, se le suma el gran reto que propone el autor mexicano Guillermo Orozco y es que la comunicación reconozca

que las relaciones al interior de las organizaciones siempre son asimétricas, están mediadas por el poder y por ende la comunicación debe permitir, explorar y ensayar formas alternativas de liderazgo, procesos autogestionarios y mayor democratización en la toma de decisiones.

El programa de esta asignatura es la expresión de un recorte que tiene como propósito recuperar conocimientos que los y las estudiantes tienen como sujetos sociales y como estudiantes de cuarto año de la Licenciatura de Comunicación y de Periodismo.

A partir de lo anterior, el objetivo es facilitar el acercamiento de conocimientos previos y su articulación con nuevos conocimientos de las instituciones, sus procesos y prácticas desde la dimensión comunicacional, al igual que entregar a los y las estudiantes elementos conceptuales que les permitan diagnosticar y proponer alternativas de comunicación institucional en organizaciones de la sociedad civil, gubernamentales y privadas.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

Objetivo general:

Acercar nociones conceptuales para comprender las instituciones y el rol de la comunicación en el abordaje de las organizaciones.

Objetivos específicos:

1. Reflexionar sobre el sentido de la comunicación institucional en las organizaciones sociales, privadas y estatales.
2. Reconocer en los procesos de planificación con perspectiva de género una herramienta para la transformación en las organizaciones desde la comunicación.

VI - Contenidos

1.LA COMUNICACIÓN, LAS INSTITUCIONES Y LAS ORGANIZACIONES

- 1.1. Perspectivas epistemológicas y metodología: empírico-analítica; interpretativa; y perspectiva crítica.
- 1.2. Qué son las instituciones y sus diferencias con la organización-grupo
- 1.3. La cultura y la identidad en las instituciones/organizaciones

2.LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL EN ORGANIZACIONES SOCIALES, PRIVADAS Y ESTATALES

- 2.1. Organizaciones: tipos y funciones
- 2.2. El por qué y el para qué de la comunicación institucional de acuerdo con el tipo de organización: enfoque político de la participación con perspectiva de géneros.
- 2.3. El rol de los medios de comunicación en la comunicación institucional

3. LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE ACUERDO CON EL TIPO DE ORGANIZACIÓN

- 3.1. El sentido de la planificación en la comunicación institucional, con perspectiva de género.
- 3.2. La planificación como un proceso integral: diagnóstico, planificación, ejecución y evaluación.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

Objetivo: articular los conceptos teóricos en el abordaje de una organización.

Los trabajos prácticos en el aula fortalecerán la capacidad individual y grupal para realizar un trabajo final en una organización que integre y aplique dimensiones teóricas vistas.

VIII - Regimen de Aprobación

Las condiciones de aprobación de la asignatura se establecen teniendo en cuenta la Ordenanza de Régimen Académico vigente en la Universidad Nacional de San Luis.

Para alumnos/as promocionales

- Asistencia al 80% de clases teórico-prácticas

- Aprobación del 100% de trabajos prácticos
- Aprobación de los exámenes parciales con nota mínima de 7 (siete)
- Aprobación del trabajo de integración con nota mínima de 7 (siete) y su respectivo coloquio. Accederán a esta instancia final aquellos alumnos/as que hayan cumplido con los requisitos anteriores.

Para alumnos/as regulares

- Asistencia al 70% de clases teórico-prácticas.
- Aprobación del 100% de trabajos prácticos
- Aprobación de los exámenes parciales con nota mínima de 4 (cuatro).
- Los/as alumnas tendrán derecho a las recuperaciones vigentes en la reglamentación.

Para alumnos/as libres

El o la alumna libre deberá realizar y aprobar un trabajo de integración, cumpliendo con dos consultas obligatorias y especificidades de presentación. Una vez aprobado dicho trabajo, deberá rendir en mesa de examen los contenidos de la materia y defenderá el trabajo elaborado.

IX - Bibliografía Básica

[1] Unidad 1:

[2] 1.1. Abatedaga C. N. (Comp) 2008. Comunicación. Epistemología y Metodología para Planificar por Consensos. Ed. Brujas, Córdoba.

[3] 1.2. Elkin y Schvarstein. 1996. Identidad de las organizaciones: invariancia y cambio. Editorial Paidós, Buenos Aires.

[4] 1.3. Schvarstein, L. 1996. Psicología social de las organizaciones. Nuevos Aportes

[5] 1.4. Schvarstein, L. 2000. Diseño de las organizaciones: Tensiones y paradojas. Editorial Paidós, Buenos Aires

[6] 1.5. Uranga, W. Mirar desde la Comunicación: Una manera de analizar las prácticas sociales. Artículos de la pág. www.wuranga.com.ar

[7] Unidad 2:

[8] 2.1. Acotto, Laura. 2003. Las Organizaciones de la Sociedad Civil: un camino para la construcción de ciudadanía. Espacio Editorial. Buenos Aires.

[9] 2.2. Baccin, Cristina. 2003. Comunicación institucional en Argentina: Organizaciones gravitantes y paciones para el campo de conocimiento. Boletín 11. Asociación Latino Americano de investigadores de la Comunicación. San Pablo-Brasil.

[10] 2.3. Ramos, A. Bárbera, E. y Sarrió, M. Mujeres directivas, espacios de poder y relaciones de género. Anuario de Psicología, vol. 34, No. 2. Pág. 267-278. Universidad de Barcelona, España.

[11] 2.4. Jaramillo, L. Juan C. 2004. Modelo de Comunicación Pública Organizacional e Informativa para Entidades del Estado. Bogotá-Colombia.

[12] 2.5. Alfaro, Rosa M. ¿Participación para qué? Un enfoque político de la participación en Comunicación popular.

[13] 2.6. Scheinsohn, Daniel. 1.998. Dinámica de la Comunicación y del imagen corporativa. Fundación OSDE, Argentina.

[14] 2.7. Kaplún, Gabriel. 2000. Comunicación Organizacional: la importancia de los bordes y las ventajas de agacharse. Cuaderno N° 20 de Chasqui – CIESPAL, Quito.

[15] Unidad 3:

[16] 3.1. Baccin, Cristina. Diagnóstico de comunicación: desafíos del “venir entre”. Signo y pensamiento. No.38. Universidad Pontificia Javeriana. Bogotá, Colombia.

[17] 3.2. Prieto Castillo, Daniel. 1990. El diagnóstico de comunicación: mensajes, instituciones, comunidades. Editorial Quipus. Ecuador.

[18] 3.3. Cervantes, Celia. (2000). Las políticas públicas y la planificación con enfoque de género. Revista GénEros. Biblioteca virtual: <http://bvirtual.ucol.mx/textoscompletos.php?categoria-1&id-3157>

[19] 3.4. Chaher, Sandra. (Comp) 2014. Políticas públicas de comunicación y género en América Latina: un camino por recorrer. EUDEBA, Buenos Aires, Argentina

X - Bibliografía Complementaria

- [1] 1. Egidos D. y Páez L. 2000. Comunicación en Instituciones y organizaciones: una aproximación teórico-analítica a su diversidad conceptual. Revista Latina de Comunicación Social, N° 35, noviembre, Tenerife, España.
- [2] 2. Kaminsky, Gregorio G. 1989. Dispositivos institucionales: democracia y autoritarismo en los problemas institucionales. Lugar Editorial. Buenos Aires-Argentina.
- [3] 3. Menéndez, María. C. Transparencia pública y calidad democrática. Su lectura en clave mediática: la accountability vertical mediática. En: Política y medios en la era de la información.
- [4] 4. Mata, María Cristina. 1994. Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva, CCE La Crujía, Buenos Aires,
- [5] 5. Vega Montiel, Aimée. 2007. Por los derechos humanos de las mujeres: la responsabilidad de los medios de comunicación en la erradicación de la violencia de género. Revista mexicana de ciencias políticas y sociales. No. 200. Mayo-agosto. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UNAM. México,
- [6] 6. Uranga, W. Para Pensar las Estrategias en la Planificación desde la Comunicación. Artículo de la pág. www.wuranga.com.ar
- [7] 7. Navarro Díaz, Luis Ricardo. El hacer y el decir como acciones propias de la libertad humana. Una mirada a la comunicación para el cambio desde el pensamiento de Hannah Arendt. Folio Revista de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Antioquia. No. 21-22, enero, junio, julio, diciembre. Medellín, Colombia.
- [8] 8. Murjibe, Consultoría igualdad de oportunidades. Cómo planificar un proyecto desde la perspectiva de género.

XI - Resumen de Objetivos

Objetivo general:

Acercar nociones conceptuales para comprender las instituciones y el rol de la comunicación en el abordaje de las organizaciones.

XII - Resumen del Programa

1. LA COMUNICACIÓN, LAS INSTITUCIONES Y LAS ORGANIZACIONES
2. LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL EN ORGANIZACIONES SOCIALES, PRIVADAS Y ESTATALES
3. LA PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL DE ACUERDO CON EL TIPO DE ORGANIZACIÓN

XIII - Imprevistos

Frente a situaciones imprevistas, la asignatura ofrecerá

1. Ampliar las horas de consulta
2. Pactar otros horarios para dictar clases teórica/práctica
3. Implementar prácticos domiciliarios individuales

XIV - Otros

ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA	
	Profesor Responsable
Firma:	
Aclaración:	
Fecha:	