



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 2018)

### I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
COMUNICACION INSTITUCIONAL	LIC. EN COMUNICACION SOCIAL	09/07	2018	1° cuatrimestre

### II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
ORTIZ ALARCON, IRMA	Prof. Responsable	P.Adj Semi	20 Hs
GOYENECHÉ, MIRIAM	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
Hs	Hs	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
12/03/2018	23/06/2018	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. De esta manera nos parece pertinente recuperar una posible definición operativa propuesta por García Canclini (2004) quien afirma que la cultura abarca el conjunto de los procesos sociales de significación, o de un modo más complejo, abarca el conjunto de procesos sociales de producción, circulación y consumo de la significación en la vida social.

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.

Por lo tanto, para pensar la relación comunicación/cultura, retomamos como referente de esta propuesta a Schmucler (1997)

quien propone establecer una barra (/) entre ambos términos, que se articulan y generalmente al usarse la “Y” destacan su diferencia. La barra genera una fusión tensa entre estos elementos, acepta la distinción, pero anula la posibilidad de un tratamiento por separado.

La comunicación en las organizaciones, de acuerdo con la propuesta de Uranga (2007) es el soporte de la relación productiva, fundamento de la institucionalidad y de la ciudadanía, base de los dinamismos sociales a partir de los procesos interactivos que dinamizan los imaginarios y las acciones de los sujetos.

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 las relaciones de 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.

Las organizaciones, entonces son los escenarios donde se concretan los acuerdos de relacionamiento social, que como lo plantea Orozco expresan relaciones asimétricas de poder y pone en escena un orden simbólico como lo dice Schvarstein, así la perspectiva de géneros no es ajena a las maneras como los hombres, las mujeres y otros géneros se relacionan en nuestra sociedad.

El programa de esta asignatura es la expresión de un recorte que tiene como propósito recuperar conocimientos que tienen los y las estudiantes en su recorrido académico y como sujetos sociales que les posibilite reconocer la relación teoría práctica que como plantea Violeta Guyot “... permite repensarla como el modo de ser de los sujetos en su situación histórica, en la cual todo es creado por su capacidad de hacer y de pensar mutuamente sostenidas... Teoría y práctica se reconcilian en la praxis, en vistas a la acción creadora del hombre.” (Guyot, 1999:57)

A partir de lo expresado anteriormente, esta asignatura propone considerar la perspectiva de géneros como un eje transversal a las relaciones comunicación/cultura/instituciones. Es así, que compartimos el planteamiento de Schmucler “se trata de construir un saber que nos incluya; la comunicación no es todo pero debe ser hablada desde todas partes. Desde la cultura, desde ese mundo de símbolos que los seres humanos elaboran con sus actos materiales y espirituales, la comunicación tendrá sentido transferible en la vida cotidiana.” (Schmucler, 1997:151)

## **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. Reconocer las perspectivas epistemológicas desde la/s cuál/es analizar la comunicación en las organizaciones.
2. Reflexionar sobre el sentido político de la comunicación institucional en las organizaciones del tercer sector, privadas y estatales.
3. Identificar en los procesos comunicacionales una potencialidad para la transformación en las organizaciones.
4. Analizar y aplicar herramientas teórico-metodológicas desde la comunicación institucional en organizaciones del ámbito local.

## **VI - Contenidos**

### **1. LA COMUNICACIÓN, LAS INSTITUCIONES Y LAS ORGANIZACIONES**

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

### **2. LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL EN ORGANIZACIONES DEL TERCER SECTOR, PRIVADAS Y ESTATALES**

- Organizaciones: tipos y funciones.
- 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.
- El rol de los medios de comunicación en la comunicación institucional.

### 3. ABORDAJE TEÓRICO/PRÁCTICO EN LAS ORGANIZACIONES

- El sentido político de la comunicación institucional: análisis y propuestas en/para las organizaciones.
- Herramientas teórico metodológicas para el ejercicio profesional.

## VII - Plan de Trabajos Prácticos

Objetivo: articular los conceptos teóricos en el abordaje de una organización pública, privada o del tercer sector. 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 ofrecidas por la autores/as de la asignatura.

## 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 estudiantes 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 defensa en modalidad expositiva. Accederán a esta instancia final los/as estudiantes que hayan cumplido con los requisitos anteriores.

Para estudiantes regulares

- Asistencia al 70% de clases teórico-prácticas.
- Aprobación del 100% de trabajos prácticos
- Aprobación de los exámenes parciales con nota mínima de 6 (seis).
- Aprobación del trabajo de integración con nota mínima de 6 (seis) y su defensa en modalidad expositiva. Accederán a esta instancia final los/as estudiantes que hayan cumplido con los requisitos anteriores.

Los/as estudiantes tendrán derecho a las recuperaciones vigentes en la reglamentación.

Para estudiantes libres

El o la estudiante en condición libre, deberá realizar y aprobar un trabajo de campo en una organización en la que integre todos los contenidos del programa vigente. Deberá cumplir con un mínimo de tres consultas obligatorias durante la realización del trabajo. Éste deberá presentarse por lo menos diez días (10) antes de rendir en la mesa de examen en versión papel y digital.

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] Abatedaga C. N. (Comp) 2008. Comunicación. Epistemología y Metodología para Planificar por Consensos. Ed. Brujas, Córdoba.
- [3] Elkin y Schvarstein. 1996. Identidad de las organizaciones: invariancia y cambio. Editorial Paidós, Buenos Aires.
- [4] Freeman, Jo. "Dictadura de la falta de estructuras". Documento en la pág.  
[https://www.nodo50.org/mujeresred/feminismos-jo\\_freeman.html](https://www.nodo50.org/mujeresred/feminismos-jo_freeman.html)
- [5] Schvarstein, L. 1996. Psicología social de las organizaciones. Nuevos Aportes
- [6] Schvarstein, L. 2000. Diseño de las organizaciones: Tensiones y paradojas. Editorial Paidós, Buenos Aires

- [7] Ulloa, Margarita. Justicia a las mujeres invisibilizadas por la palabra y en la palabra. Artículo en la pág. [http://www.csj.gov.sv/genero/images/PDF/lenguaje\\_sexista.pdf](http://www.csj.gov.sv/genero/images/PDF/lenguaje_sexista.pdf)
- [8] Uranga, W. Mirar desde la Comunicación: Una manera de analizar las prácticas sociales. Artículos de la pág. [www.wuranga.com.ar](http://www.wuranga.com.ar)
- [9] Unidad 2:
- [10] Acotto, Laura. 2003. Las Organizaciones de la Sociedad Civil: un camino para la construcción de ciudadanía. Espacio Editorial. Buenos Aires.
- [11] Alfaro, Rosa M. ¿Participación para qué? Un enfoque político de la participación en Comunicación popular.
- [12] 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.
- [13] Jaramillo, L. Juan C. 2004. Modelo de Comunicación Pública Organizacional e Informativa para Entidades del Estado. Bogotá-Colombia.
- [14] Kaplún, Gabriel. 2000. Comunicación Organizacional: la importancia de los bordes y las ventajas de agacharse. Cuaderno N° 20 de Chasqui – CIESPAL, Quito.
- [15] 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.
- [16] Rodríguez, D. Flores, R. y Miranda P. 2013. Alianzas entre empresas lucrativas y organizaciones sin fines de lucro (OSFL). Estudios de casos en Chile. UNIVERSUM No. 28, vol. 1. Pág. 173-201. Universidad de Talca, Chile.
- [17] Scheinsohn, Daniel. 1.998. Dinámica de la Comunicación y de la imagen corporativa. Fundación OSDE, Argentina.
- [18] Unidad 3:
- [19] Cervantes, Celia. (2000). Las políticas públicas y la planificación con enfoque de género. Revista GénEros. Biblioteca virtual: [http://bvirtual.ucol.mx/descargables/105\\_politicas\\_publicas.pdf](http://bvirtual.ucol.mx/descargables/105_politicas_publicas.pdf)
- [20] Chaher, Sandra. (Comp) 2014. Implementación en Argentina de un marco normativo auspicioso sobre comunicación y género. En: Políticas públicas de comunicación y género en América Latina: un camino por recorrer. EUDEBA, Buenos Aires, Argentina.
- [21] DOCUMENTOS DE CÁTEDRA OBLIGATORIO:
- [22] Di Mauro, N. Goyeneche M. Ortiz, I. 2017. Criterios para la elaboración de textos académicos. Documento cátedra, asignatura Comunicación Institucional. FCH. UNSL. San Luis-Argentina.
- [23] Ingignioli, P. Ortiz A, I. 2015. Estrategias metodológicas: Técnicas de recolección
- [24] de información. Documento cátedra, asignatura Comunicación Institucional.
- [25] FCH. UNSL. San Luis-Argentina.
- [26] Gimenez Lanza A. 2015. Pensar la comunicación en las organizaciones. Los organigramas como herramienta de interpretación. Documento cátedra, asignatura Comunicación Institucional en el marco de una pasantía, dirigida por Ortiz A, I. FCH. UNSL. San Luis-Argentina.

## **X - Bibliografía Complementaria**

- [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] Kaminsky, Gregorio G. 1989. Dispositivos institucionales: democracia y autoritarismo en los problemas institucionales. Lugar Editorial. Buenos Aires-Argentina.
- [3] Menéndez, María. C. Transparencia pública y calidad democrática. Su lectura en clave mediática: la acconuntability vertical mediática. En: Política y medios en la era dela información.
- [4] Mata, María Cristina. 1994. Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva, CCE La Crujía, Buenos Aires,
- [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] Uranga, W. Para Pensar las Estrategias en la Planificación desde la Comunicación. Artículo de la pág. [www.wuranga.com.ar](http://www.wuranga.com.ar)
- [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] Murjibe, Consultoría igualdad de oportunidades. Cómo planificar un proyecto desde la perspectiva de género.
- [9] García Canclini, Néstor (2004) Diferentes, Desiguales y desconectados. Mapas de la interculturalidad. Gedisa editorial.

[10] Schmucler, Héctor (1997) "La investigación (1982): un proyecto de comunicación/cultura" en Memorias de la Comunicación, Editorial Biblos, BsAs.

[11] GUYOT, V. (1999) La enseñanza de las Ciencias en Alternativas N°17 Publicación Periódica de Laboratorio de Alternativas Educativas. UNSL

## **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 DEL TERCER SECTOR, PRIVADAS Y ESTATALES
3. ABORDAJE TEÓRICO/PRÁCTICO EN LAS ORGANIZACIONES

## **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 individuales para que los/as estudiantes desarrollen en sus domicilios.

## **XIV - Otros**