



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 2020)  
 (Programa en trámite de aprobación)  
 (Presentado el 02/11/2020 17:50:22)

### I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
COMUNICACION INSTITUCIONAL	LIC.EN PERIODISMO	013/09	2020	1° cuatrimestre

### II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
ORTIZ ALARCON, IRMA	Prof. Responsable	P.Adj Exc	40 Hs
GOYENECHE, 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
16/03/2020	19/06/2020	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 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.

La perspectiva relacional de la comunicación también posibilita pensar en procesos de comunicación en las organizaciones/instituciones, superando la concepción instrumental tanto de los mensajes como de los soportes utilizados con el único fin de informar y gestionar la imagen institucional y abriendo paso al diálogo al interior de las organizaciones y de éstas con su entorno para contribuir “como base para la producción de deseo y acción colectiva” (Kaplún, 2012, p.11)

Las organizaciones son los escenarios donde se concretan los acuerdos de relacionamiento social –lo instituido-, que expresan relaciones asimétricas de poder y pone en escena un orden simbólico como lo dice Schvarstein . Las organizaciones son también espacio/tiempo en la que se expresan las maneras como los varones, las mujeres y otros géneros se relacionan en nuestra sociedad y le plantean un nuevo reto al ejercicio profesional y académico de la comunicación que consiste en incorporar la perspectiva de género en sus reflexiones, producciones y prácticas organizacionales.

Las instituciones atraviesan de manera significativa a la sociedad y estructuran subjetividades en los sujetos a través de las organizaciones. En este sentido, esta asignatura se plantea la relación institución/organización/género y adhiere al planteamiento de Palomar (2004)

El género y el poder están íntimamente relacionados, en la medida en que participan en el mismo proceso organizador de las relaciones sociales, atravesando todos los niveles de la vida social y concretizándose en diversas prácticas sociales entre las cuales se encuentran discursos de género específicos en los que cristalizan las representaciones imaginarias de los hombres y las mujeres en una comunidad determinada y donde se puede observar al poder en su doble dimensión de dar sentido y de crear sentido. (p.8)

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 género como un eje transversal a las relaciones comunicación/cultura/organizaciones. 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 organizaciones e instituciones y el rol de la comunicación en el abordaje de las organizaciones.

Objetivos específicos:

1. Analizar lo instituido-instituyente como proceso de determinación recíproca.
2. Reconocer nociones de la dinámica organizacional
3. Reflexionar sobre el sentido político de la comunicación institucional en las organizaciones del tercer sector, privadas y estatales.
4. Identificar en los procesos comunicacionales una potencialidad para la transformación en las organizaciones.
5. Analizar y aplicar herramientas teórico-metodológicas desde la comunicación institucional en organizaciones del sector salud.

## VI - Contenidos

### 1. Comprensión de las categorías instituido-instituyente

2. Reconocimiento y aplicación de las categorías de identidad e imagen
3. Reconocimiento y aplicación de las perspectivas epistemológicas
4. Capacidad de clasificar y diferenciar las organizaciones del tercer sector, organizaciones públicas y organizaciones privadas con ánimo de lucro
5. Reconocimiento y diferenciación entre organigramas y mapa de actores
6. Análisis de la organización en función de la comunicación institucional

## VII - Plan de Trabajos Prácticos

Objetivo: reconocer los conceptos teóricos de la asignatura en un trabajo de campo realizado por los estudiantes en años anteriores o brindado por la asignatura. Los trabajos prácticos en el aula fortalecerán la capacidad individual y grupal para aplicar categorías conceptuales en el abordaje de una organización.

## VIII - Regimen de Aprobación

La asignatura consideró la evaluación de manera continua. En este sentido, sostuvo tres instancias para evaluar:

- El seguimiento individual, a partir de la presentación y aprobación de todos los TP.
- El parcial, el cual considera los dos recuperatorios

- El trabajo final integrador, conformado por dos partes. 1.- la presentación escrita y 2.- la exposición y defensa del trabajo.  
Para estudiantes promocionales

- Asistencia: Dada la situación de pandemia y el impacto en la cotidianidad de los estudiantes, no se definió un porcentaje de asistencia a las clases virtuales, ni a las clases de consulta teórico-prácticas.

- Aprobación del examen parcial 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: Dada la situación de pandemia y el impacto en la cotidianidad de los estudiantes, no se definió un porcentaje de asistencia a las clases virtuales, ni a las clases de consulta teórico-prácticas.

- Aprobación del examen parcial 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 estudiantes tendrán derecho a las recuperaciones vigentes en la reglamentación.

Para estudiantes libres

Los estudiantes en condición libre, deberán realizar y aprobar un trabajo de campo en una organización en la que integre todos los contenidos del programa vigente. Deberán 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 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] Abatedaga C. N. (Comp) (2008). Comunicación. Epistemología y Metodología para Planificar por Consensos. Córdoba, Argentina: Editorial Brujas.

[2] Amado Suárez, A. (2011). Auditoría de Comunicación. Argentina, Buenos Aires: La Crujía. pp. 49-60

[3] Baccin, C. (2003). Comunicación institucional en Argentina: Organizaciones gravitantes y paciones para el campo de conocimiento. Boletín 11. Asociación Latino Americana de investigadores de la Comunicación. San Pablo-Brasil.

[4] Chaves, N. (2012). Imagen Corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional. España, Barcelona: GG. Diseño. Capítulo II (pp. 39-72)

[5] Elkin y Schvarstein. (1996). Identidad de las organizaciones: invariancia y cambio. Editorial Paidós, Buenos Aires. Capítulo 7 (pp. 155-183)

[6] Gimenez Lanza A. Ortiz, I. (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.

[7] Kaplún, G. (2002). Seis maneras de pensar la imagen organizacional. En: VI Congreso de ALAIC-Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. Santa Cruz de la Sierra, Bolivia.

[8] Klein, N. (2001). No Logo. El poder de las marcas. España, Barcelona: Paidós. Capítulo 1 (pp. 21-45).

[9] Marco, F; Loguzzo A; y Fedi, J. (2016) Gestión y Administración en las organizaciones: introducción. Ed. Florencio Varela: Universidad Nacional Arturo Jauretche. Argentina. Capítulo I. (pág. 7 a la 18)

[10] Uranga, W. (2016). Conocer, transforma, comunicar. Buenos Aires: Patria Grande. (p. 27-56)

## **X - Bibliografía Complementaria**

[1] Facio, A. y Fries, L. (2005). Feminismo, género y patriarcado. En: Revista sobre Enseñanza del Derecho de Buenos Aires. No. 6.

[2] Uranga, W. (2007). Mirar desde la comunicación: una manera de analizar las prácticas sociales. Disponible en: [www.wuranga.com.ar](http://www.wuranga.com.ar)

[3] Borner, J; et al. (2009). Ideas, presencia y jerarquías políticas: claroscuros de la igualdad de género en el Congreso Nacional de la Argentina. Buenos Aires: Prometeo Libros. (p.17-28 y 133-140).

- [4] Kaplún, G. (2012). Lo Emergente y Lo Resistente en la Comunicación Organizacional. En: Diálogos de la Comunicación. No. 83.
- [5] Lagarde, M. (1996). Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia. España, Madrid: Horas y horas. (p. 13-38)
- [6] Ulloa, M. Justicia a las mujeres invisibilizadas por la palabra y en la palabra. Disponible en: [http://www.csj.gov.sv/genero/images/PDF/lenguaje\\_sexista.pdf](http://www.csj.gov.sv/genero/images/PDF/lenguaje_sexista.pdf)
- [7] Bymes, Hamel, M. Lavoie, V. y otros. (2014). ¿Cómo hacer un diagnóstico de comunicación social? Pistas para desarrollar estrategias exitosas. Oxfam. Lima-Perú.
- [8] Burín, M. (2008). Las “fronteras de cristal” en la carrera laboral de las mujeres. Género, subjetividad y globalización” Anuario de Psicología, vol. 39, nº 1, (p.75-86). Universidad de Barcelona, España.
- [9] Jaramillo, L. Juan C. (2004). Modelo de Comunicación Pública Organizacional e Informativa para Entidades del Estado. Bogotá-Colombia. (p. 23-37).
- [10] Mirta Amati, M. Isella J. y Lois I. (2014). Comunicación Popular, Educativa y Comunitaria. Departamento de Publicaciones de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
- [11] En: <http://www.sociales.uba.ar/wp-content/blogs.dir/219/files/2015/07/6-Comunicacion-B.pdf>
- [12] Zapata, N. y Vargas, T. (2010). Enredando prácticas. Comunicación desde las organizaciones sociales. Argentina, Buenos Aires. pp. 77-105

## **XI - Resumen de Objetivos**

Objetivo general:

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

## **XII - Resumen del Programa**

1. INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE LAS ORGANIZACIONES
2. COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL
3. LA COMUNICACIÓN Y SENTIDOS POLÍTICO EN LAS ORGANIZACIONES
4. ABORDAJE TEÓRICO/PRÁCTICO EN LAS ORGANIZACIONES

## **XIII - Imprevistos**

Frente a la situación de pandemia y la implementación de clases virtuales, la asignatura tomó las siguientes decisiones:

1. Mantener la condición de promoción y regularización de la asignatura, reconociendo así el esfuerzo de los estudiantes.
2. Los ajustes al programa no modifican los objetivos. Se redujo la profundización de los contenidos y se recortó la bibliografía a trabajar en clase.

Operativamente se decidió:

1. Realizar videos de máx. 45min. presentando los contenidos de la materia. Esto permite sortear la situación de conectividad y garantizar el acceso de los tiempos a los estudiantes.
3. Mantener encuentros semanales por grupos para resolver dudas de TP y para hacer seguimiento al desarrollo del trabajo integrador.
4. Extender el cuatrimestre hasta el mes de agosto para que los estudiantes, que lo necesiten, cuenten con más tiempos para: tomar los dos recuperatorios del parcial y realizar los ajustes de su trabajo integrador.
5. Habilitar los siguientes medios de comunicación: classroom; email de la materia; email de la profesora responsable; sala virtual en jitsi; whatsapp para resolver de manera personalizada asuntos de la materia.

## **XIV - Otros**

**ELEVACIÓN y APROBACIÓN DE ESTE PROGRAMA**

**Profesor Responsable**

Firma:

Aclaración:

Fecha: