



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 2026)

I - Oferta Académica

Materia	Carrera	Plan	Año	Período
TALLER ELABORACION DE PROYECTOS DE COMUNICACION	LIC. EN COMUNICACIÓN SOCIAL	09/07	2026	1° cuatrimestre

II - Equipo Docente

Docente	Función	Cargo	Dedicación
GOYENECHÉ, MIRIAM	Prof. Responsable	P.Adj Semi	20 Hs
LONGO, VERONICA BEATRIZ	Prof. Colaborador	DEC F EX	40 Hs
LOGROÑO, SOL AILEN	Auxiliar de Práctico	A.1ra Semi	20 Hs
PUEBLA, VIVIANA DEOLINDA	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
3 Hs	Hs	Hs	1 Hs	4 Hs

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

Duración			
Desde	Hasta	Cantidad de Semanas	Cantidad de Horas
16/03/2026	23/06/2026	15	60

IV - Fundamentación

El Taller de Elaboración de Proyectos en Comunicación es una materia de 5to año de la Licenciatura en Comunicación Social, que se dicta tanto para la Orientación Medial y Multimedial como para la de Producción Cultural y Educativa. Se cursa en el primer cuatrimestre.

Al ser un taller, entendemos por ello que es un espacio de interacción y conformación colectiva. Un lugar donde “Teoría y Práctica” se articulan y trazan el camino. Se complementan y se requieren en el mismo proceso de acción- reflexión. Desde la materia se plantea la intervención en las organizaciones públicas o privadas. En esta intervención se pretende que los/las estudiantes realicen un acercamiento a estas organizaciones y desarrollen un proyecto comunicacional que permita articular los conocimientos del recorrido previo así como los propios del espacio en cuanto a metodologías y lineamientos de planificación en comunicación. Se trata de favorecer la conformación de equipos de trabajo donde estos recorridos se problematizan, es decir, se propende a que los grupos estén integrados por estudiantes de ambas orientaciones para habitar y analizar las tensiones propias del campo disciplinar.

En este sentido, pensamos el espacio taller en y como la posibilidad de sistematizar la evaluación formativa como un modo de profundizar el proceso de enseñanza aprendizaje, como un intercambio más democrático de la circulación del conocimiento y de los sentidos que operan en torno a los conceptos, prácticas y acciones de l@s comunicadores. Así, se analizarán y realizarán diagnósticos y proyectos en organizaciones o grupos concretos.

Planificar en comunicación social supone reconocer cómo funcionan los procesos comunicacionales que aparecen (explícita o

implícitamente, formalizados o no, las resistencias, los silencios, lo dicho) en toda organización y proyectar acciones que reviertan las situaciones problemáticas en esos espacios en los que se interviene.

Desde este espacio compartimos la perspectiva estratégica de la planificación entendiendo que:

- 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.

En este proceso se pone en marcha el “cuerpo” de la organización, pero también el propio y por ello es imprescindible comprender y posicionarse con respecto al rol de la comunicadora o del comunicador social: contestar/se ¿cómo entiendo mi rol? ¿desde dónde?

Nuevamente, para esto no hay respuestas únicas porque se corresponde con cómo se entiende la comunicación así como ideológicamente cómo cada quien se posiciona con respecto a una organización en particular y a lo social en general.

V - Objetivos / Resultados de Aprendizaje

- *Contribuir a la toma de posición epistemológica del rol del/de la comunicador/a.
- *Poner en juego coherencias internas de líneas de pensamiento dentro de la comunicación tanto en posicionamiento como implicancias teórico- prácticas.
- *Conectar los recorridos previos teóricos en la práctica para realizar un análisis de realidades en las organizaciones.
- *Abordar las dimensiones de los proyectos comunicacionales en y para las organizaciones.
- *Aplicar la coherencia interna teórico metodológica de los proyectos de comunicación organizacional.

VI - Contenidos

Hilo Conductor: ¿Cómo elaborar un proyecto en / de comunicación?

Para ello se irá entretejiendo la red conceptual y simbólica en torno a los siguientes Tópicos generativos que permiten comprender procesos de gestión comunicacional:

La planificación en comunicación; El rol del comunicador social. Gestión y planificación en organizaciones sociales. Cabe destacar que algunos de los conceptos no son “nuevos” para l@s estudiantes ya que vienen abordándose y/o desarrollándose desde los inicios de la carrera. Lo que se pone en juego, entonces, es la capacidad crítica de relacionarlos y darles cuerpo coherente (praxis) en contextos concretos de la sociedad en general y de la práctica comunicacional en las organizaciones en particular.

Organizados por núcleos temáticos interconectados

- La Planificación en comunicación. Paradigmas: normativo y estratégico. El rol del comunicador y de la comunicadora. La teoría de la comunicación imbricada con la planificación. La dimensión política de la planificación. Gestión y planificación.

-Organizaciones sociales e instituciones. La planificación en comunicación en organizaciones e instituciones. La gestión organizacional. Niveles de la comunicación en las organizaciones.

-El proyecto en comunicación: Diagnóstico. Elaboración. Ejecución. Evaluación.

-El diagnóstico comunicacional. Tipos de diagnósticos y su realización. Marco teórico. Recolección de información.

Interpretación de los datos.

-Problema/necesidades. Objetivos. Actividades. Viabilidad. Recursos. Beneficiarios.

-Presentación del proyecto.

VII - Plan de Trabajos Prácticos

Objetivo: Articular las dimensiones teóricas y prácticas en una organización 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 alguna organización. Aspectos a considerar en las instancias evaluativas:

1.Trabajos evaluativos en aula -taller

2.Elaboración de un proyecto comunicacional (diagnóstico y planificación) en una organización pública o privada EN GRUPOS.

3. Defensa del proyecto elaborado ante la institución en cuestión. EN GRUPOS y siempre dentro de las posibilidades.
4. Evaluación escrita (un parcial): INDIVIDUAL
5. Informe de Evaluación de un proyecto comunicacional y/o ensayo académico.

VIII - Regimen de Aprobación

1. Estudiantes promocionales

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

2. Estudiantes regulares

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

3. Estudiantes 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.

Contactos: vblongo@gmail.com; mgoyeneche@email.unsl.edu.ar; sol12lgr@gmail.com; pueblavivi@gmail.com

IX - Bibliografía Básica

- [1] [1] Abatedaga, Nidia (comp) (2008): Comunicación. Epistemología y Metodologías para Planificar por Consensos. Ed. Brujas. Córdoba. Capítulo 2.
- [2] [2] Apella, G.; Huarte, C. y Vargas, T. (2012) “Análisis situacional desde la Comunicación”. Cap: Procesamiento de la información y conclusiones. Cuadernos de Cátedra TPPC nro 6.
- [3] [3] Bongiovanni, Maximiliano (2008) “Los públicos en el proceso de comunicación pública” en Auditoría de comunicación. Compiladora Adriana Amado Suárez. Bs As. La Crujía. 2008.
- [4] [4] Iglesias, M; Pagola, C y Uranga, W. (2012) “Enfoques de Planificación”. Cuadernos de Cátedra TPPC nro 5.
- [5] [5] Jaramillo, Juan C. (2011). ¿Comunicación Estratégica o Estrategias de Comunicación? El Arte del Ajedrecista.
- [6] [6] Longo, Verónica (2016) Investigar las organizaciones: métodos de investigación para su intervención en comunicación. Revista de Investigación del Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de La Matanza. Vol2. Nro. 10
- [7] [7] Nirenberg Olga (2001) “Nuevos enfoques en la evaluación de proyectos y programas sociales” presentado en VI Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Buenos Aires, Argentina, 5-9
- [8] [8] UNICEF (2006) Elaborando proyectos de comunicación para el desarrollo. Cuadernillo 2.
- [9] [9] Saladrigas Medina, Hilda (2005). Comunicación organizacional: Matrices teóricas y enfoques comunicativos. Revista Latina de Comunicación Social, 60. La Laguna (Tenerife).
- [10] [10] Casos suministrados por la cátedra

X - Bibliografía Complementaria

- [1] [1] Amado Suárez, A (ed) (2008) Auditoría de comunicación. Ed. La Crujía. BA (capítulo básico 3: “El recorrido metodológico de la auditoría”, (por Eugenia Etkin)
- [2] [2] Ander Egg, E y Aguilar Idáñez, MJ (1995) Diagnóstico social. Conceptos y metodología. Editorial Lumen
- [3] [3] Chaves, Norberto (1988) La Imagen Corporativa. Barcelona, Ed. Gustavo Gili SA. Cap. 2 y 5
- [4] [4] 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
- [5] [5] Etkin, Eugenia (2014): Planificación (cap. 5) y Matriz de planificación (cap.6) en Comunicación para organizaciones sociales. Bs. As. La Crujía. 2014.
- [6] [6] Kaplún, Gabriel (2000) “Comunicación Organizacional: la importancia de los bordes y las ventajas de agacharse”. En

Revista Constelaciones Nº 1, Fund. W. Benjamin, Buenos Aires.

[7] [7] Massoni, S; Uranga, W. y Longo, V (2018) Políticas públicas y comunicación: una cuestión estratégica. SEU. SL [8] Medina Aguerrebere, P. (2012). Comunicar y curar. Un desafío para pacientes y profesionales sanitarios. Barcelona, Editorial UOC

[8] [9] Nirenberg, Olga (2013) “Capítulo 1. Intervenciones sociales”, en Formulación y evaluación de intervenciones sociales. Noveduc, Bs. As.

[9] [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

[10] [11] Uranga, W (2007, mayo) “El sentido de las técnicas en el diagnóstico desde la comunicación”. Ficha de trabajo. Cátedra W. Uranga – UBA / UNLP.

[11] [12] Uranga, Washington (2007): Mirar desde la comunicación. Buenos Aires.

[12] [13] 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

XI - Resumen de Objetivos

*Contribuir a la toma de posición epistemológica del rol del/de la comunicador/a.

*Poner en juego coherencias internas de líneas de pensamiento dentro de la comunicación tanto en posicionamiento como implicancias teórico- prácticas.

*Conectar los recorridos previos teóricos en la práctica para realizar un análisis de realidades en las organizaciones.

*Abordar las dimensiones de los proyectos comunicacionales en y para las organizaciones.

*Aplicar la coherencia interna teórico metodológica de los proyectos de comunicación

XII - Resumen del Programa

-La Planificación en comunicación. Paradigmas: normativo y estratégico. El rol del comunicador y de la comunicadora. La teoría de la comunicación imbricada con la planificación. La dimensión política de la planificación. Gestión y planificación.

-Organizaciones sociales e instituciones. La planificación en comunicación en organizaciones e instituciones. La gestión organizacional. Las organizaciones y la comunicación. Niveles de la comunicación en las organizaciones. -El proyecto en comunicación: Diagnóstico. Elaboración. Ejecución. Evaluación.

-El diagnóstico comunicacional. Tipos de diagnósticos y su realización. Marco teórico. Recolección de información. Interpretación de los datos.

-Problema/necesidades. Objetivos. Actividades. Viabilidad. Recursos. Beneficiarios.

-Presentación del proyecto.

XIII - Imprevistos

El presente programa se implementa en el marco del desfinanciamiento que atraviesa el sistema universitario público nacional. Por ello, se prevé un seguimiento para el abordaje del trabajo teórico- práctico en territorio.

XIV - Otros