

1-Denominación completa de la asignatura: **“Seminario TIF: Intervención integral de la comunicación en las instituciones”**.

2. Justificación de la propuesta:

En el presente programa se expone la construcción de un recorrido conceptual y metodológico con el fin de realizar una práctica de intervención a partir de una aproximación analítica y propositiva, en el marco de una gestión integral de la comunicación en instituciones o entidades sociales, empresariales y públicas.

La propuesta también apunta a desarrollar una capacidad estratégica entre los y las estudiantes, que les permita, en tanto comunicadores/as, construir una mirada comunicacional, para poder observar, analizar y tomar diferentes decisiones, adecuadas a cada escenario, realidad o necesidad institucional.

La aceleración de los cambios contextuales hace que la intervención integral de la comunicación en las instituciones se instale en el centro de las organizaciones y que las mismas deban abordarlo como un requisito primordial para su desarrollo. A su vez, estas entidades se encuentran cada vez más atravesadas por el accionar de actores individuales y/o colectivos, cada uno con diferentes perspectivas políticas, sociales y culturales, lo que hace que la comunicación institucional deba preocuparse también por las articulaciones que se dan en sus ámbitos de desempeño.

Por otra parte, cada tipo de organización requiere de estrategias diferenciadas para cumplir con sus objetivos y metas, y es en este sentido que la comunicación resulta estratégica para alcanzarlos, atendiendo a las demandas y cambios de los contextos. Así es que identidad, cultura, contexto, tecnología, procesos, estrategias y la interrelación entre personas, son aspectos clave para el desarrollo de la comunicación institucional. En consecuencia, se presenta como una necesidad en la formación de las y los estudiantes reflexionar sobre los saberes, las capacidades y las habilidades que puedan dar respuesta a las demandas de las instituciones.

El presente TIF Seminario tiene como finalidad brindar a los y las asistentes herramientas para reflexionar acerca de la problemática de la comunicación en las instituciones, y conocer las herramientas básicas que deben dominar las y los profesionales de la comunicación. Para ello, se propone trabajar con un marco teórico interseccional, a partir del cual puedan adquirir la terminología específica e incorporar las herramientas de gestión primordiales.

3- Modalidad de la asignatura: **Seminario TIF**

4- Carga horaria semanal: **4hs**

5- Carga horaria total: **64hs**

6- Metodología de enseñanza: **Clases teórico-prácticas**, las cuales contarán con las intervenciones de referentes del campo de la comunicación con trayectoria en el diseño de estrategias digitales, en el estudio del desempeño de las y los usuarios, en la dirección de consultoras en comunicación, en la construcción de identidades políticas, y en la ejecución de la comunicación en ámbitos públicos. Se promoverá además el desarrollo de experiencias de intercambio con distintos tipos de instituciones.

7. Cuatrimestre de dictado: **2do de 2024**

8. Objetivos generales y objetivos específicos

**Generales.** Se busca que al finalizar el recorrido del Seminario TIF, los y las participantes estén capacitados para:

- Favorecer la comprensión de la centralidad de la comunicación en las instituciones.
- Comprender la comunicación como un fenómeno complejo que atraviesa transversalmente la gestión total de las instituciones de distinto tipo.
- Propender a la construcción de marcos de referencia, herramientas e instrumentos propicios en el abordaje y el desempeño en comunicación de las instituciones.
- Conocer los modos de analizar las comunicaciones institucionales en organizaciones sociales, entidades públicas y empresas privadas.
- Experimentar el ejercicio profesional a partir de una práctica de intervención concreta.
- Reflexionar y problematizar sobre el rol de las y los comunicadores en las instituciones.

**Específicos.** A través de una formación que les permita:

- Identificar las variables que intervienen en los fenómenos de comunicación masiva.
- Desarrollar una actitud crítica sobre el contexto en que se desarrollan las organizaciones.
- Promover la observación, reflexión, análisis, síntesis, innovación y creatividad.
- Introducir saberes para la gestión de la comunicación desde la perspectiva de la interseccionalidad.
- Conocer el valor estratégico de la comunicación institucional y su relación con los fenómenos de imagen pública.
- Manejar herramientas que permitan potenciar y optimizar la comunicación institucional.
- Comprender las nuevas tecnologías en el contexto de la comunicación institucional.

## 9. Contenidos desglosados por unidades o módulos

### **Unidad 1: Pensar la comunicación y los escenarios de la comunicación institucional**

Comunicación como producción social de sentido y significados. La materialidad de la comunicación. La sociedad organizada. Lo institucional como entorno de la organización. La gestión de la comunicación en la complejidad. Organizaciones como entidades sociales: características.

### **Unidad 2: La comunicación institucional**

**2.1. Definiciones y conceptos básicos.** Aproximación histórica al concepto. La evolución del concepto de Comunicación Institucional. De la empresa a la institución. Impacto de la Web 2.0 en la comunicación institucional. El desarrollo de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación como fenómeno cultural.

**2.2. Intervenciones integrales.** Análisis estratégico de la comunicación. Etapas y fases.

**2.3. La semiosis institucional.** Proceso de semiosis institucional y la formación de imagen. Realidad, identidad, comunicación, imagen: autonomía y relaciones de los cuatro elementos.

**2.4. Identidad e imagen.** La identidad institucional: conceptual y visual. Tipología clásica y su articulación con la identidad e imagen. El discurso institucional.

**2.5. Los públicos de las instituciones.** Organizaciones y contexto. Con quién se comunica la organización. Concepto de público. Teorías de los públicos. Variables de configuración. Mapa de públicos.

### **Unidad 3: Comunicación de crisis**

La gestión de la comunicación de crisis y riesgo en las instituciones. Asuntos públicos: la importancia en la estrategia de comunicación.

### **Unidad 4: Interseccionalidad y comunicación**

Las perspectivas de género, discapacidad, georreferencialidad y diversidad cultural, en la gestión de la comunicación organizacional.

## **Unidad temática 5: Planificación integral**

Intervenciones integrales. Dimensiones estratégicas la comunicación. Análisis situacional y programación. Etapas y fases. Metodologías de investigación. El plan estratégico.

### **5.1. El plan global.**

El plan estratégico y la comunicación estratégica. Estrategias de comunicación.

### **5.2 Técnicas, recursos y acciones de comunicación en la institución y en las relaciones con el entorno.**

5.2.1. La comunicación dentro de la institución. El valor estratégico de la comunicación interna en la gestión organizacional.

5.2.2 Técnicas de marketing.

5.2.3. Técnicas de comunicación.

5.2.4. Publicidad y prensa institucional.

5.2.5. La gestión de la comunicación institucional en el nuevo contexto mediático viral.

*El desarrollo de las clases y unidades temáticas quedan sujetas al cronograma del cuatrimestre. Las docentes podrán introducir los cambios que consideren necesarios para optimizar los tiempos.*

10. Bibliografía general y específica dentro de cada unidad

### **Unidad 1**

Bartoli, Annie (1992) La organización comunicante y la comunicación organizada, En Bartoli, A., *Comunicación y organización*. Barcelona, Paidós Ibérica. Capítulo 3.

Benavente, Sol, Gómez, Yamila y Vargas, Teresita (2017) “El campo profesional de la comunicación desde la percepción de los graduados. Un estudio de caso en la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la UBA-Argentina”.

Longo, Verónica (2018) “Comunicar estratégicamente en las organizaciones: conceptualizaciones sobre qué es la comunicación estratégica (y qué no)” en Sandra Massoni, Sandra; Washington Uranga & Verónica Longo Políticas públicas y comunicación: una cuestión estratégica, Nueva Editorial Universitaria - U.N.S.L., San Luis,

Uranga, Washington (1999) “Reflexiones sobre los nuevos roles y responsabilidades del comunicador social” en Revista Ciencia y Cultura N° 5.

Vargas, Teresita y Zapata, Natalia. (2010) Enredando prácticas. Comunicación desde las organizaciones sociales. Buenos Aires: Editorial San Pablo.

### **Unidad 2**

Aranes Usandizaga, José Ignacio (1997) La comunicación institucional y sus paradigmas: entre la racionalidad comunicativa y la lógica instrumental. Mediatiika

Bongiovanni, Maximiliano (2011) “Los públicos en el proceso de comunicación pública”, En Amado Suárez, A. (Ed.), *Auditoría de comunicación*. Buenos Aires, La Crujía.

Capriotti, Paul (2009). Branding corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad corporativa. Santiago de Chile: Libros de la empresa. Caps. 1, 2, 3 y 5.

Chaves, Norberto (2012). La imagen corporativa. Teoría y práctica de la identificación institucional. (3ª ed.). Buenos Aires: GG Diseño. Caps. 2, 3 y 5.

Costa, Joan. (1992). Imagen pública. Barcelona: Fundesco. Capítulo 8.

Portugal, Rolando Rodrich. (2012). Fundamentos de la Comunicación Institucional: una aproximación histórica y conceptual de la profesión. Revista de Comunicación. Vol. 11. Año 2012. Universidad de Piura. Piura (Perú).

Van Peborgh, Ernesto (2010) *Odisea 2.0. Las marcas y los medios sociales*. Buenos Aires. La Crujía. Capítulos 1 y 2.

Weil, Pascale. (1992). *La comunicación global*. Barcelona: Paidós. Capítulos 1 y 3.

### **Unidad 3**

Calero, María Luisa (2006) *La información especializada en la gestión de crisis*. Madrid: Fragua. Capítulos 2 y 3.

Cóppola, Gustavo (2012) "Gestión del riesgo comunicacional. Puesta en práctica". Cuaderno 40. Buenos Aires: Centro de Estudios en Diseño y Comunicación, pp. 33-46.

Renda, Emilio. (2017) *Manual para la elaboración de mapas de riesgo*. Buenos Aires: Programa Naviones Unidas para el Desarrollo PNUD; Argentina: Ministerio de Seguridad de la Nación.

Rodríguez López, Manuel, Piñeiro Sánchez, Carlos y Llano Monelos, Pablo. (2013). "Mapa de riesgos: identificación y gestión de riesgos". España: Universidad de A Coruña.

Xifra Triadú, Jordi (2005). "El issues management como estrategia de Relaciones Públicas". Revista *Orbanicom*, San Paulo: ECA-USP.

Uranga, Washington (2012) "Gestión comunicacional del cambio: el desafío de lo público". Trabajo presentado en las Terceras Jornadas de Comunicación institucional y Primer Encuentro de Cátedras de Comunicación Institucional y Planificación de la Comunicación, organizado por la Red de Carreras de Comunicación (RedCom). Tucumán, Argentina.

### **Unidad 4**

AMARC, ALC y ALER (2008) *Gritos en el coro de señoritas. La apropiación del rol político de las mujeres a través de los medios AMARC ALC y ALER*.

Bogna, Patricia (2020) "El campo académico de la discapacidad: pujas por el nodo de sentido" en Revista *Acta Sociológica*, año LI, núm. 81, Universidad Nacional Autónoma de México, Ciudad de México.

Boria, Yanina & Ortega, Lucrecia (2016) "Derechos comunicacionales y accesibilidad. La lengua de señas en medios de comunicación audiovisual" (p. 12 a 27) II Simposio Internacional del Observatorio de la Discapacidad. Políticas públicas, ideologías y modos de abordaje de la discapacidad en el marco de las Ciencias Sociales. Universidad Nacional de Quilmes, 16 y 17 de mayo de 2016.

Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual "Guía para el tratamiento responsable de Identidades de géneros, orientación sexual e intersexualidad".

Defensoría del Público de Servicios de Comunicación Audiovisual. "Guía para tratamiento respetuoso de la discapacidad en los medios audiovisuales".

García, Carlos; Heredia, Marina; Reznik, Lía & Rusler, Verónica (2015) "La accesibilidad como derecho: desafíos en torno a nuevas formas de habitar la universidad" en Revista *Espacios de Crítica y Producción*, Nº55, Buenos Aires, Facultad de Filosofía y Letras, UBA.

Kalinowski, Santiago (2020) "Apuntes sobre lenguaje no sexista e inclusivo" Editorial de la Universidad Nacional de Rosario.

Melero, Héctor Sánchez & Jaurena, Inés Gil (2015) "Análisis interseccional y enfoque intercultural en el estudio de la ciudadanía y la participación. Consideraciones epistemológicas".

Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad (s.f) "(Re) Nombrar Guía para una comunicación con perspectiva de género".

Rusler, Verónica (2018) "Educación inclusiva en la universidad y la importancia de auscultar a la vaca" en *Educación y Vínculos*, Revista de Estudios Interdisciplinarios en Educación, Año I, Número 1.

### **Unidad 5**

Álvarez, Alicia (2014) *Impacto de la Web 2.0 en la Comunicación Corporativa. Nuevos Paradigmas. Comunicación corporativa*.

Amado Suárez, Adriana y Castro Zuñeda, Carlos (1999). *Comunicaciones públicas*. Buenos Aires: Temas.

Lagos, Paula (2017). Social Branding la construcción de las marcas en las redes sociales en ZUCCHERINO, Santiago, Social media marketing: la revolución de los negocios y la comunicación digital. España: Temas Grupo Editorial S.R.L.

Túñez, Miguel. (2011). La gestión de la comunicación en las organizaciones. Zamora Comunicación Social. Ediciones y publicaciones. Capítulos 5 y 6

Uranga, Washington. (2012). "Estrategias de Comunicación". Mimeo.

11. Régimen de evaluación y promoción: se deberán seguir los requisitos establecidos en el [Reglamento Académico](#), con referencia a la asistencia, la regularidad, tipos de promoción y evaluación (parciales, monografías, trabajos prácticos, exámenes o coloquios finales).

Modalidad de trabajo:

El Seminario TIF: Intervención integral de la comunicación en las instituciones tendrá una modalidad teórico-práctica, con el fin de abordar los ejes centrales de las unidades con un enfoque teórico general, de modo que, a partir del manejo de los conceptos básicos del seminario, las y los estudiantes puedan realizar un análisis de los fenómenos de comunicación específicos. En este sentido es que se propone trabajar intensamente en el abordaje de la bibliografía citada en el programa, que servirá de punto de partida para los trabajos prácticos que las y los estudiantes realizarán durante la cursada y para la entrega final.

Para la instancia práctica, el Seminario TIF promueve el acercamiento con organizaciones de distintas características, con el objetivo que las y los cursantes desarrollen saberes y capacidades diferenciadas en tanto comunicadores/as, y que puedan dar respuestas a las demandas de las instituciones en contextos cada vez más cambiantes y dinámicos. Esta aproximación al campo laboral se sustenta en la realización de una práctica pre-profesional en el transcurso de la cursada cuatrimestral, la cual contará con el acompañamiento constante de las docentes.

12. Modalidad de aprobación: **Examen final obligatorio, a través de la realización de un trabajo final obligatorio.**

Acreditarán la materia las y los estudiantes que:

- Cumplan con la asistencia regular a las clases (con un mínimo del 75%).
- Realicen las lecturas del material bibliográfico, lo que se evaluará periódicamente mediante cuestionarios orales o escritos. Durante el cuatrimestre las y los alumnos deberán presentar informes – escritos y orales- de lecturas, según se les vaya indicando durante la cursada.
- Presenten en fecha y aprueben los trabajos prácticos obligatorios.
- Participen activamente en la clase.
- Se comprometan con el trabajo de campo en las instituciones.
- Aprueben los dos (2) exámenes parciales: el primero tendrá un carácter teórico y el segundo constará de dos instancias: una individual y una grupal, y de un examen recuperatorio, en caso que correspondiera.
- Por último, deberán aprobar el examen final que constará de un trabajo escrito y que podrá ser sometido a una instancia de intercambio oral con las docentes, si fuera necesario.

13. Docente a cargo y equipo docente. Funciones de cada integrante informando nombre, apellido y DNI de cada uno. Los seminarios pueden estar dictados por un docente a cargo y hasta dos docentes ad honorem como equipo.

Teresita Vargas DNI 18.135.064

Wanda Estela Fraiman DNI 28.077.025