

Asignatura: Comunicación Institucional  
Carrera: Licenciatura en Administración  
Docentes: Prof. Lic. Rafael Ruffo; Dra. Marina Acosta  
Ciclo lectivo: 2016  
Carga horaria: 4 horas semanales

### Fundamentación

Durante las últimas décadas, la globalización produjo cambios significativos en la estructura del sistema capitalista mundial que provocó, además, importantes transformaciones en los sistemas de comunicación de las organizaciones. La comunicación comenzó a ser reconocida, en efecto, como un factor clave para conseguir los objetivos estratégicos de cualquier organización.

En un entorno de permanente competencia, los flujos comunicacionales (internos y externos) se convirtieron rápidamente en factores determinantes. Metafóricamente hablando, la comunicación constituye el sistema nervioso de la organización que permite controlar su actividad interna y sus relaciones con el entorno.

### Objetivos

- Introducir a los alumnos en la problemática de la comunicación y de los medios masivos de comunicación.
- Adquirir conocimientos y técnicas para gestionar la comunicación en organizaciones.
- Aportar herramientas teórico-metodológicas para gestionar la comunicación institucional.
- Desarrollar una mirada reflexiva y crítica sobre las diferentes temáticas vistas en el programa de la asignatura.

### Unidades didácticas

#### Unidad 1: Comunicación, medios masivos y opinión pública

De la relativización del poder de los medios a los powerfull media. Efectos cognitivos de largo plazo. Teorías de la socialización y de la dependencia estructural de los medios. Tendencias modernas de investigación: newsmaking, agenda setting, agenda building, framing, tematización. Sociedad de la información y el conocimiento. Las tecnologías de la información y la comunicación (Tics) como productoras de nuevas relaciones entre lo público y lo privado. La comunicación política.

### Bibliografía obligatoria

- Castells, M. (2009). Comunicación y poder. Madrid: Alianza Editorial.

- Charron, J. (1998). "Los medios y las fuentes. Los límites del modelo de agenda setting". En G. Gauthier, A. Gosselin, y J. Mouchon (comps.), Comunicación y política. Barcelona: Gedisa.
- Sádaba, T. (2007). Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios. Buenos Aires: La Crujía. Págs. 55-106.
- Sampedro Blanco, V. y Resina de la Fuente, J. (2010). Opinión pública y democracia deliberativa en la Sociedad Red. Ayer, 80. [en línea] <http://www.ciberdemocracia.net/articulos/Ayer80SampedroyResina.pdf>
- Saperas, E. (1987). Los efectos cognitivos de la comunicación de masas. Barcelona: Ariel. 2ª y 3ª parte, pág. 90-141
- Wolf, M. (1987). La investigación de la comunicación de masas. Barcelona: Paidós. Capítulo 3.
- Wolf, M. (1994). Los efectos sociales de los media. Barcelona: Paidós. Partes Primera y Segunda.
- Wolton, D. (1995). "La comunicación política; construcción de un modelo". En J. M. Ferry et al., El nuevo espacio público. Barcelona: Gedisa.

## Unidad 2: Comunicación institucional

Conceptos principales. Imagen, identidad y cultura organizacional. La dirección estratégica. Gestión de la comunicación institucional (interna y externa). Públicos internos y externos. El uso de soportes tecnológicos. El gabinete de prensa. La responsabilidad social empresaria (RSE).

### Bibliografía obligatoria

- Amado Suárez, A. y Castro Zuñeda (1999). Comunicaciones Públicas. Buenos Aires: Temas Grupo Editorial.
- Bartoli, A. (1992). Comunicación y organización. La organización comunicante y la comunicación organizada. Buenos Aires. Paidós.
- Borrini, A. (1992). La Empresa Transparente. Buenos Aires: Ed. Atlántida.
- Costa, J. (2001). Imagen corporativa en el siglo XXI. Buenos Aires, La Crujía.
- Klein, N. (2001). No logo: El poder de las marcas. Buenos Aires: Paidós.
- Ramírez T. (1995). La influencia de los gabinetes de prensa: Las rutinas periodísticas al servicio del poder. Telos, 40, 47-57. [en línea] [https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/anteriores/num\\_040/opi\\_per\\_spectivas3.html](https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/anteriores/num_040/opi_per_spectivas3.html)
- Solano, D. (2005). Responsabilidad Social Corporativa: Qué se hace y qué se debe hacer. Cuadernos de Difusión, 10, 18-19. [en línea] <http://www.jefas.esan.edu.pe/index.php/jefas/article/view/177/168>

### Unidad 3: Comunicación en crisis

El miedo es el mensaje. Comunicación de riesgo. Comunicación estratégica para prevenir y manejar las crisis. Origen y consecuencias de una crisis. Planes de acción. La gestión de la crisis en las redes sociales. Casos paradigmáticos.

#### Bibliografía obligatoria

-Enrique, A. (2013). La gestión de la crisis en las redes sociales. *Orbis*, (8) 24, 116-131. [en línea]: <http://www.redalyc.org/pdf/709/70926716008.pdf>

-Farré Coma, J. (2005). Comunicación de riesgo y espirales del miedo. *Comunicación y Sociedad*, 3, 95-119. [en línea]: [http://publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/3\\_2005/95-119.pdf](http://publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/3_2005/95-119.pdf)

-Gil Calvo, E. (2003). El miedo es el mensaje. Riesgo, incertidumbre y medios de comunicación. Madrid: Alianza.

-Newman, B y Mejía, M. (2009). Organizaciones en la mira. Comunicación estratégica para prevenir y manejar las crisis. México: FCE.

-Túñez López, M. (Comp.) (2007). Comunicación preventiva. Planificación y ejecución de estrategias de información interna y externa ante situaciones de crisis. La Coruña: Netbiblio. [en línea]: <http://ruc.udc.es/bitstream/2183/11904/2/9788497450607.pdf>

#### Cronograma de actividades

Fecha	Clase	Bibliografía
28/03	1.	Presentación del curso. Wolf, M. Los efectos sociales de los media. Wolf, M. La investigación de la comunicación de masas.
04/04	2.	Saperas, E. Los efectos cognitivos de la comunicación de masas. Charron, J. Los medios y las fuentes. Los límites del modelo de agenda setting. Sádaba, T. Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios.
11/04	3.	Castells, M. Comunicación y poder. Sampedro Blanco, V. Opinión pública y democracia deliberativa. obertura y capítulo 1-2-3-4-5 Sampedro Blanco, V. y Resina de la Fuente, J. Opinión pública y democracia deliberativa.
18/04	4.	Wolton, D. La comunicación política; construcción de un modelo. Amado Suárez, A. y Castro Zuñeda. Comunicaciones Públicas.
25/04	5.	Bartoli, A. Comunicación y organización. La organización comunicante y la comunicación organizada.

		Costa, J. Imagen corporativa en el siglo XXI.
02/05	6.	Klein, N. No logo: El poder de las marcas. Borrini, A. La Empresa Transparente. Repaso.
09/05	7.	<b>PRIMER PARCIAL</b>
16/05	8.	<b>RECUPERATORIO PRIMER PARCIAL</b>
23/05	9.	Gil Calvo, E. El miedo es el mensaje. Riesgo, incertidumbre y medios de comunicación. Farré Coma, J. Comunicación de riesgo y espirales del miedo. Newman, B y Mejía, M. Organizaciones en la mira. Comunicación estratégica para prevenir y manejar las crisis.
30/05	10.	Túñez López, M. Comunicación preventiva. Planificación y ejecución de estrategias de información interna y externa ante situaciones de crisis. Enrique, A. La gestión de la crisis en las redes sociales.
06/06	11.	<b>SEGUNDO PARCIAL</b>
13/06	12.	<b>RECUPERATORIO SEGUNDO PARCIAL</b>
20/06	13.	Feriado
27/06	14.	Entrega de notas. Cierre de curso

#### Modalidades del proceso de orientación de aprendizaje

Las clases consistirán en la exposición del profesor de los temas de las unidades, con la participación de los alumnos a partir de las lecturas sugeridas para cada clase. Para algunos temas se darán consignas de trabajo grupal, por pares o individual (a realizar en el aula o como trabajo previo para una clase) para identificar en la práctica los problemas tratados. Se expondrán videos como acompañamiento de algunos temas.

#### Modalidad de cursado

Las clases son teórico-prácticas de cuatro horas de duración, con un corte a mitad de la jornada. La exposición de los temas se hará junto con la reflexión y la práctica. Se exige un 75% de asistencia a las clases teórico-prácticas.

#### Evaluación

Los alumnos serán calificados a través de dos instancias de evaluación escrita individual. El alumno tendrá derecho a rendir un examen recuperatorio de ambas instancias evaluatorias. El régimen de aprobación es de promoción sin examen final obligatorio.

Régimen de aprobación de las materias: El mismo se ajusta a lo establecido en el artículo 38° de la Resolución (CS) N° 43/14 que se transcribe a continuación.

ARTÍCULO 38°: La Coordinación de cada Carrera determinará el régimen de aprobación de las materias del Plan de Estudios vigente. Las materias podrán aprobarse mediante: régimen de promoción directa, exámenes finales regulares y exámenes libres.

- a) Mediante régimen de promoción directa (sin examen final): los/las estudiantes deberán aprobar las materias con siete (7) o más puntos de promedio entre todas las instancias evaluativas, sean éstas parciales o sus recuperatorios, debiendo tener una nota igual o mayor a seis (6) puntos en cada una de éstas. Todas las instancias evaluativas deben tener al menos una posibilidad de examen recuperatorio para quienes hayan obtenido entre 0 (cero) y 6 (seis) puntos y para quienes hayan estado ausentes justificadamente en la evaluación parcial.
- b) Mediante exámenes finales regulares: en las materias en las que no se aplique el régimen de promoción sin examen final y en las que se aplique, para aquellos/as estudiantes que hayan obtenido una calificación de al menos de 4 (cuatro) y no se encuentren en las condiciones de promoción que se detalla en el inc. a) del presente artículo, los/las estudiantes deberán rendir un examen final que se aprobará con una nota no inferior a 4 (cuatro) puntos.
- c) Mediante exámenes Libres: los/las estudiantes podrán aprobar materias mediante exámenes finales en carácter de libres. Dichos exámenes comprenderán 2 (dos) instancias, en primer lugar, una prueba escrita cuya aprobación habilitará a una prueba oral, en segundo lugar. Los/las estudiantes no podrán aprobar mediante exámenes libres más del 25 % (veinticinco por ciento) del total de las materias incluidas en el plan de estudios.
- d) En los casos comprendidos en los incisos a) y b) del presente artículo, los/las estudiantes deben poseer una asistencia no inferior al 75% en las clases presenciales.
- e) Los/as estudiantes ausentes sin justificación a un examen parcial serán considerados/as desaprobados/as. Aquellos/as que justificaran debidamente la ausencia podrán rendir el examen en la oportunidad que determine el/la docente, no existiendo posibilidad de recuperatorio si resultaren desaprobados.  
El/la docente a cargo del curso decidirá sobre la justificación de la inasistencia presentada, en acuerdo con las autoridades de la Unidad Académica a la que pertenezca la materia.