

**Asignatura:** Comunicación Institucional

**Carrera/s:** Licenciatura en Administración

**Ciclo lectivo:** 2015

**Docente/s:** Osvaldo Alonso (Coordinador), Andrea Romero

**Carga horaria semanal:** 4 hs semanales

**Tipo de asignatura:** Predominantemente teórica

### **Fundamentación**

La asignatura es parte del ciclo de formación profesional correspondiente al 5° año de la carrera Licenciatura en Administración y se trata de una de las materias optativas que deben cursar los/as estudiantes para cumplimentar su formación superior. Los contenidos propuestos en este recorrido buscan reconocer, abordar y comprender las prácticas comunicacionales, considerando la importancia que las instituciones públicas, privadas y del tercer sector le otorgan en todos sus ámbitos, tanto en el funcionamiento de la estructura interna de las organizaciones/ instituciones como en las vinculaciones con un entorno cambiante. El estudio de las organizaciones e instituciones, desde esta perspectiva, busca poner de relieve los desafíos existentes y las posibles estrategias de resolución de las problemáticas del campo, al reconocer la complejidad de los procesos y sujetos que las conforman. Para ello se propone pensar la gestión de la comunicación en relación a la misión y visión de las instituciones, su cultura, su identidad e imagen y las prácticas que la atraviesan y configuran.

El concepto de Comunicación Institucional se aborda partiendo de conceptos correspondientes a las teorías funcionalistas para luego enriquecerla con perspectivas complementarias que permiten dar cuenta de la complejidad de los procesos comunicacionales y de los factores que intervienen.

Los contenidos propuestos también pretenden brindar algunas herramientas para la gestión comunicacional estratégica de las organizaciones y mejora en la inserción en el mercado, desde una perspectiva de gestión integrada de la comunicación. Se acercan también algunos conceptos básicos sobre el impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación en la gestión de la comunicación.

El programa incluye una serie de nociones que buscan acercar una comprensión y elaboración de estrategias en situaciones especiales como una crisis pública, definida no exclusivamente por su imprevisibilidad o por su desorden sistémico sino por la pérdida de poder.

Finalmente, aborda la comunicación política en lo relativo a las distintas formas de expresión en el espacio público, como una campaña política, y el derecho a la comunicación como derecho humano.

### **Objetivos Generales:**

Que los estudiantes:

1. comprendan contenidos teóricos y reconozcan herramientas técnicas para el análisis de las prácticas comunicacionales en instituciones/organizaciones.

2. comprendan miradas diversas que buscan explicar el lugar de la comunicación en las organizaciones y las instituciones.
3. reconozcan los elementos principales de la comunicación institucional y su importancia para el funcionamiento organizacional.
4. adquieran conocimientos que puedan poner en práctica en el análisis, diagnóstico, planificación, gestión y evaluación comunicacional de organizaciones públicas, privadas y del tercer sector.
5. reconozcan la situación actual de la comunicación institucional en organizaciones locales y regionales.
6. incorporen conceptos referidos a la comunicación política y a la comunicación en tanto derecho.

### **Objetivos específicos:**

Que los estudiantes:

1. logren reconocer, en casos concretos, los contenidos teóricos/técnicos para el estudio de los procesos comunicacionales en instituciones/organizaciones.
2. puedan construir un esquema analítico básico para establecer un diagnóstico comunicacional de organizaciones/instituciones.
3. sean capaces de elaborar una planificación comunicacional que les permita intervenir, desde una visión de gestión integrada, en organizaciones públicas, privadas y del tercer sector.

### **Bibliografía básica**

- Amado Suárez, A., y Castro Suñeda, C. Comunicaciones Públicas. El Modelo de la Comunicación Integrada. Buenos Aires: Temas Grupo Editorial. 1999.
- Etkin, J, y Schvarstein, L. Identidad de las Organizaciones. Invariancia y Cambio. Buenos Aires: Paidós, 1994.
- Kreps, Gary. La Comunicación en las Organizaciones. Nueva York: Addison-Wesley Iberoamericana, 1995.
- Schmucler, Héctor. Memoria de la Comunicación. Buenos Aires: Editorial Biblos, 1997.
- Vizer, E. La Trama (in)visible de la Vida Social. Comunicación, Sentido y Realidad. Buenos Aires: La Crujía, 2003.

### **Contenidos mínimos Comunicación Institucional**

Comunicación institucional, organizacional y comunitaria. Diagnóstico, planificación y gestión de procesos comunicacionales. El lugar de los medios y la comunicación interpersonal en procesos de participación social. Liderazgo, referentes locales y comunicación. Comunicación urbana. Formas de expresión en el espacio público. El derecho a la comunicación. Políticas públicas y comunicación.

### **Contenidos temáticos o unidades:**

### **UNIDAD I. Institución y organización: (3 clases)**

Conceptos de organización e institución. Lo instituido y lo instituyente. Estructuras, roles y funciones. Elementos de la institución: identidad e imagen; misión, visión y valores; cultura organizacional. Identificación de organizaciones públicas y privadas. El tercer sector, asociaciones de la sociedad civil (ONGs).

#### **Bibliografía obligatoria:**

Alcorta, Fabiola y Mantinian, María. Capítulo I, Conceptos básicos de la institución y la comunicación. En *La comunicación institucional. Una herramienta estratégica*. Asunción, Paraguay: AGR, 2004.

Etkin, J, y Schvarstein, L. *Identidad de las Organizaciones. Invariancia y Cambio*. Buenos Aires: Paidós, 1994.

Kreps, Gary. Capítulo I, Comunicar y Organizar. La naturaleza de la organizaciones. En *La Comunicación en las Organizaciones*. Nueva York: Addison-Wesley Iberoamericana, 1995.

Magarola, Oscar. *Una aproximación al campo de la Comunicación y Cultura Comunitaria*. Apunte de cátedra, 2014.

#### **Bibliografía complementaria:**

Chavez, Norberto. *La imagen corporativa. Teoría y Práctica de la identificación institucional*. Prologo. Barcelona, 2012.

Goffman, Erving. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu editores, 1997.

### **UNIDAD II. Comunicación Institucional (4 clases)**

Comunicación. Teorías de la comunicación. Los procesos comunicacionales. Antecedentes (RRPP, prensa y difusión, marketing). Gestión de la CI. Flujo de la comunicación interna y externa. Rol del DIRCOM. El entorno y su influencia en las organizaciones. Públicos e imagen. Publicidad institucional. Marketing.

#### **Bibliografía obligatoria:**

Alcorta, Fabiola y Mantinian, María. Capítulo I. Conceptos básicos de la institución y la comunicación. En *La comunicación institucional. Una herramienta estratégica*. Asunción, Paraguay: AGR, 2004.

Amado Suárez, Adriana y Castro Suñeda, Carlos. Capítulo I y II. En *Comunicaciones Públicas. El modelo de comunicación integrada*. Buenos Aires, Argentina: Temas Grupo Editorial, 1999.

Kreps, Gary. Capítulo II, Procesos de comunicación humano. En *La Comunicación en las Organizaciones*. Nueva York: Addison-Wesley Iberoamericana, 1995.

#### **Bibliografía complementaria:**

Costa, Joan. 15 axiomas de los DIRCOM. <http://www.rppnet.com.ar/dircom.htm>  
Egidios, Dionisio. Comunicación en instituciones y organizaciones: una aproximación teórico-analítica a su diversidad conceptual. Revista Latina de Comunicación Social, 35 / Extra Argentina, 2000. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/Argentina2000/16egidios.htm>  
Etkin, J, y Schvarstein, L. Identidad de las Organizaciones. Invariancia y Cambio. Buenos Aires: Paidós, 1994.  
Uranga, Washington. Mirar desde la Comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales. Buenos Aires, 2007.  
Vizer, E. La Trama (in)visible de la Vida Social. Comunicación, Sentido y Realidad. Buenos Aires: La Crujía, 2003.

### **UNIDAD III. La comunicación estratégica (4 clases)**

Concepto de comunicación estratégica, coordinación y gestión. Diagnóstico. Estrategias como sinónimo de planificación de recursos comunicacionales. Plan de Comunicación Institucional. Prevención de Crisis. La función de la comunicación en las crisis públicas. Lugar de los medios y la comunicación interpersonal en procesos de participación social. Relaciones con los medios. Contactos interinstitucionales.

#### **Bibliografía obligatoria:**

Amado Suárez, A., y Castro Suñeda, C. Comunicaciones Públicas. Capítulo II. En El Modelo de la Comunicación Integrada. Buenos Aires: Temas Grupo Editorial. 1999  
Elizalde, Luciano H. Capítulos I y II. En Estrategias en las crisis públicas. La función de la comunicación. Buenos Aires: La Crujía, 2011. Magarola, Oscar. Una aproximación al campo de la Comunicación y Cultura Comunitaria. Apunte de cátedra, 2014.  
Massoni, Sandra. Tres movimientos y siete pasos para comunicar estratégicamente. En Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido". Homo Sapiens, Ediciones. Rosario, Argentina, 2007.  
Schmucler, Héctor. Memoria de la Comunicación. Buenos Aires: Editorial Biblos, 1997.

#### **Bibliografía complementaria:**

Cardoso, Nelson. Planificación: Formulación de proyectos para la intervención en OSC desde el Taller de Comunicación Comunitaria. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires, 2012. [https://estrategiadidactica.files.wordpress.com/2012/09/catedra-cardoso\\_apunte-general-del-taller-de-comunicacion-comunitaria-2012.pdf](https://estrategiadidactica.files.wordpress.com/2012/09/catedra-cardoso_apunte-general-del-taller-de-comunicacion-comunitaria-2012.pdf)

### **UNIDAD IV. Comunicación política (3 clases)**

Liderazgo, referentes locales y comunicación. Formas de expresión en el espacio público. Discurso político. El derecho a la comunicación como derecho humano. Políticas públicas y comunicación.

### **Bibliografía obligatoria:**

- Crespo, Ismael, Garrido, Antonio, Carletta, Ileana, Riorda, Mario. Manual de Comunicación Política y estrategias de campaña. Candidatos, medios y electores en una nueva era. Buenos Aires: Editorial Biblos, 2011.
- Mazzoleni, Gianpietro. La comunicación política. Madrid: Alianza Editorial: 2010.
- Uranga, Washington. Planificación estratégica aplicada a la comunicación de gobierno. Apunte. 2010
- Uranga, Washington. Comunicación para la Incidencia Política. Propuesta de matriz para analizar capacidades y habilidades comunicacionales de las organizaciones en la acción política.

### **Modalidad de dictado:**

Las clases serán de carácter teóricas-prácticas, con un especial énfasis en que los/as estudiantes reconozcan los conceptos planteados a partir de ejemplos concretos, cuando el caso lo permitiese, y promoviendo además la participación de los/as estudiantes en la construcción del conocimiento.

Se prevé además la realización de trabajos prácticos grupales de comprensión de texto en clase y la proyección de videos que ayuden a complementar y enriquecer los contenidos propuestos.

### **Régimen de aprobación:**

Comunicación Institucional es una materia que puede aprobarse por promoción directa, con nota promedio mínima de 7 (siete). Los requisitos de aprobación son:

- 75 % de asistencia a clases.
- Realizar y aprobar, dos trabajos prácticos, instancias principales de evaluación. Estas representan el 70% de la nota final. Para promocionar la materia, deben obtener como nota mínima 6 (seis) en cada instancia y promedio mínimo 7 (siete). Para regularizar la materia y tener la posibilidad de presentarse a rendir en mesa final, en cada instancia deben obtener como nota mínima 4 (cuatro).
- Complimentar con al menos dos test de lectura de los textos propuestos. Esta instancia representa el 10 % de la nota final.
- Participar en clase a partir de las consignas planteadas. Esta instancia representa el 20 % de la nota final.

### **Régimen de aprobación:**

Como consigna de evaluación se propone que las/os estudiantes elaboren **dos trabajos prácticos**: un trabajo al promediar la cursada, donde aplicarán conceptos teórico/técnicos para abordar las prácticas comunicacionales en una institución/organización. Y un segundo trabajo práctico final de tipo pre-profesional donde se espera que apliquen los contenidos desarrollados en las clases correspondientes al bagaje teórico de la materia con énfasis en el diagnóstico, la

planificación, la gestión y evaluación de una organización, desde la perspectiva comunicacional.

Estos trabajos implican el acercamiento de los alumnos/os con organizaciones y/o instituciones sobre las cuales trabajarán en su tesis de licenciatura. También pueden optar por otra organización/institución, en caso que así lo prefieran. Allí deberán realizar un trabajo de campo que luego se articulará con el trabajo final de la cursada. La instancia final es nodal en el curso ya que implica un desarrollo creativo, a través del cual los/as estudiantes concretarán una práctica cuyo reporte permitirá articular todos los saberes recorridos en la cursada.