



# DISEÑO CURRICULAR JURISDICCIONAL

## *Tecnicatura Superior en Comunicación Institucional y Gestión de las Organizaciones*

**Año 2019**



DE RÍO NEGRO

---

**AUTORIDADES PROVINCIA DE RIO NEGRO**

**GOBERNADOR**

Alberto WERETILNECK

**MINISTRA DE EDUCACIÓN**

Mónica Esther SILVA

**SECRETARIO DE EDUCACIÓN**

Juan Carlos URIARTE

**DIRECTORA GENERAL DE EDUCACIÓN**

María de las Mercedes JARA TRACCHIA

---

---

## **EQUIPO JURISDICCIONAL CURRICULAR**

---

María de las Mercedes JARA TRACCHIA

Nadia MORONI

Anahí ALDER

Cecilia V. OJEDA

### **Diseño y Diagramación**

Paula TORTAROLO

Franco Manuel BARION

---

## **EQUIPO INSTITUCIONAL**

### **Instituto Provincial de la Administración Pública - IPAP**

**Representante Legal y Presidente:** Abog. Martín Adolfo ALCALDE

**Directora y Coordinadora Unidad Ejecutora:** Esp. Silvia Ester HECKEL OCHOTECO

**Vicedirector y Coordinador Académico:** Mg. Hugo Víctor VILLCA

**Secretaria Administrativa:** Lic. Graciela SANCHEZ

---

# ÍNDICE

<b>CAPÍTULO I. MARCO DE LA POLÍTICA EDUCATIVA PROVINCIAL Y NACIONAL PARA LA EDUCACIÓN TÉCNICO PROFESIONAL</b>	<a href="#">Pág.5</a>
1.1 La Educación Técnico Profesional en la Provincia de Río Negro. Antecedentes y nuevos contextos.	<a href="#">Pág.5</a>
<b>CAPÍTULO II. FINALIDADES DE LA FORMACIÓN TÉCNICA EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y GESTIÓN DE LAS ORGANIZACIONES</b>	<a href="#">Pág.7</a>
2.1 La Tecnicatura Superior en Comunicación Institucional y Gestión de las Organizaciones, aproximaciones a su campo de estudio, conocimiento.	<a href="#">Pág.7</a>
2.2 Descripción de la Carrera	<a href="#">Pág.8</a>
2.3 Identificación del Título	<a href="#">Pág.9</a>
2.4 Denominación del Título	<a href="#">Pág.9</a>
2.5 Duración de la Carrera	<a href="#">Pág.9</a>
2.6 Carga horaria de la Carrera	<a href="#">Pág.9</a>
2.7 Objetivos de la Carrera	<a href="#">Pág.9</a>
2.8 Campo Ocupacional	<a href="#">Pág.10</a>
2.9 Perfil del Egresado	<a href="#">Pág.10</a>
2.10 Condiciones de ingreso	<a href="#">Pág.10</a>
<b>CAPÍTULO III. FUNDAMENTOS PEDAGÓGICOS DE LA PROPUESTA CURRICULAR</b>	<a href="#">Pág.12</a>
3.1 Acerca del Currículum, el Conocimiento, la Enseñanza y el Aprendizaje	<a href="#">Pág.12</a>
3.2 Consideraciones Metodológicas	<a href="#">Pág.13</a>
3.3 Acerca de la Evaluación	<a href="#">Pág.14</a>
<b>CAPÍTULO IV. ORGANIZACIÓN CURRICULAR</b>	<a href="#">Pág.15</a>
4.1 Definición y caracterización de los Campos de la Formación y sus relaciones	<a href="#">Pág.15</a>
4.2 Carga horaria por Campo	<a href="#">Pág.15</a>
4.3 Definición de los Formatos Curriculares que integran la propuesta	<a href="#">Pág.16</a>
<b>CAPÍTULO V. ESTRUCTURA CURRICULAR</b>	<a href="#">Pág.17</a>
5.1 Mapa Curricular	<a href="#">Pág.17</a>
<b>CAPÍTULO VI. UNIDADES CURRICULARES</b>	<a href="#">Pág.18</a>
6.1 Presentación de las Unidades Curriculares. Componentes básicos	<a href="#">Pág.18</a>
<b>6.2 CAMPO DE LA FORMACIÓN GENERAL</b>	<a href="#">Pág.18</a>
<b>6.2.1 PRIMER AÑO</b>	<a href="#">Pág.18</a>
6.2.1.1 Estado y Sociedad	<a href="#">Pág.18</a>
6.2.1.2 Sociología	<a href="#">Pág.18</a>
<b>6.2.2 SEGUNDO AÑO</b>	<a href="#">Pág.19</a>
6.2.2.1 Derechos Humanos	<a href="#">Pág.19</a>
<b>6.3 CAMPO DE LA FORMACIÓN DE FUNDAMENTO</b>	<a href="#">Pág.22</a>
<b>6.3.1 PRIMER AÑO</b>	<a href="#">Pág.22</a>
6.3.1.1 Teoría de la Comunicación Humana	<a href="#">Pág.22</a>
6.3.1.2 Comunicación y Medios	<a href="#">Pág.23</a>
<b>6.3.2 SEGUNDO AÑO</b>	<a href="#">Pág.25</a>
6.3.2.1 Sociología de las Organizaciones Públicas	<a href="#">Pág.25</a>

6.3.2.2 Planeamiento y Gestión de la Información	<a href="#">Pág.26</a>
<b>6.3.3 TERCER AÑO</b>	<a href="#">Pág.25</a>
6.3.3.1 Producción Periodística	<a href="#">Pág.25</a>
6.3.3.2 Oratoria	<a href="#">Pág.26</a>
<b>6.4 CAMPO DE LA FORMACIÓN ESPECÍFICA</b>	<a href="#">Pág.27</a>
<b>6.4.1 PRIMER AÑO</b>	<a href="#">Pág.27</a>
6.4.1.1 Introducción a la Comunicación	<a href="#">Pág.27</a>
6.4.1.2 Ética, Comunicación y Derecho	<a href="#">Pág.27</a>
6.4.1.3 Gestión de las Organizaciones I	<a href="#">Pág.28</a>
<b>6.4.2 SEGUNDO AÑO</b>	<a href="#">Pág.30</a>
6.4.2.1 Comunicación Institucional	<a href="#">Pág.30</a>
6.4.2.2 Opinión Pública	<a href="#">Pág.31</a>
6.4.2.3 Comunicación Gubernamental y Políticas Públicas	<a href="#">Pág.31</a>
6.4.2.4 Comunicación Multimedia	<a href="#">Pág.32</a>
<b>6.4.3 TERCER AÑO</b>	<a href="#">Pág.35</a>
6.4.3.1 Gestión de la Comunicación Digital	<a href="#">Pág.35</a>
6.4.3.2 Gestión de las Organizaciones II	<a href="#">Pág.35</a>
6.4.3.3 Publicidad y Propaganda en Organizaciones Públicas	<a href="#">Pág.36</a>
6.4.3.4 Metodología de la Investigación en Comunicación	<a href="#">Pág.37</a>
<b>6.4.4 Espacios de Definición Institucional</b>	<a href="#">Pág.39</a>
<b>6.5 CAMPO DE LA FORMACIÓN DE LA PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE</b>	<a href="#">Pág.39</a>
<b>6.5.2 SEGUNDO AÑO</b>	<a href="#">Pág.41</a>
6.5.2.1 Práctica Profesionalizante I	<a href="#">Pág.41</a>
<b>6.5.3 TERCER AÑO</b>	<a href="#">Pág.42</a>
6.5.3.1 Práctica Profesionalizante II	<a href="#">Pág.42</a>
<b>VII. BIBLIOGRAFÍA GENERAL</b>	<a href="#">Pág.46</a>

# CAPÍTULO I

## 1. MARCO DE LA POLÍTICA EDUCATIVA PROVINCIAL Y NACIONAL PARA LA EDUCACIÓN TÉCNICO PROFESIONAL.

### 1.1 La Educación Técnico Profesional en la Provincia de Río Negro. Antecedentes nuevos contextos.

La Ley de Educación Nacional N° 26206 define el Sistema Educativo Nacional en cuatro niveles –Educación Inicial, Educación Primaria, Educación Secundaria y Educación Superior– y ocho modalidades, entre las cuales se ubicada como tal la Educación Técnico Profesional. Esta última se rige por las disposiciones de la Ley de Educación Técnico Profesional N° 26058 y es la Educación Secundaria y la Educación Superior responsable de la formación de Técnicos Secundarios y Técnicos Superiores en áreas ocupacionales específicas y de la Formación Profesional.

En el ámbito provincial la sanción de la Ley Orgánica de Educación F N° 4819, establece en el Título 4, Cap. III, Art. 45, inc. b) “La habilitación de mecanismos administrativos e institucionales que permitan la elaboración de propuestas de formación de técnicos (...) superiores no universitarios como también de formación profesional en las diferentes áreas de la producción y los servicios, de acuerdo a las necesidades y potencialidades de desarrollo de cada región de la provincia”.

Toda Educación Técnico Profesional en el Nivel Superior tiene la intencionalidad de diseñar itinerarios profesionalizantes que permitan iniciar o continuar procesos formativos sistemáticos en diferentes áreas ocupacionales.

El ámbito y el nivel de Educación Superior se caracterizan por los rasgos peculiares de sus instituciones. Ellas deben no sólo desarrollar funciones relativas a la enseñanza sino también las concernientes a investigación, desarrollo, extensión y vinculación tecnológica, e innovación.

Dada la pluralidad de instituciones de Educación Superior que actualmente brindan, como parte de su oferta formativa la modalidad de Educación Técnico Profesional, se marca como orientación la progresiva especificidad de tales instituciones, de modo de asegurar las condiciones institucionales necesarias para que la expectativa señalada en el apartado anterior pueda concretarse.

En las últimas décadas en la Provincia de Río Negro se ha producido un incremento de propuestas formativas de Educación Superior Técnico Profesional que se implementan desde los Institutos Superiores, con anclaje territorial en diferentes puntos de la geografía provincial dando respuestas a las necesidades de formación e inserción laboral. En consonancia con lo que establece la Ley de Educación F N° 4819, en su Art. 55 establece que: “Las instituciones que brindan Formación Profesional deben reflejar en su propuesta de formación una estrecha vinculación con el medio productivo local y regional en el cual se encuentran insertas para dar respuesta a las demandas de calificación en aquellos sectores con crecimiento sostenido”.

Estas instituciones han transitado diferentes contextos, en cuanto a sus inicios y desarrollo, destacándose las acciones destinadas a cubrir el territorio y satisfacer las demandas de

formación específica para el sector socio – productivo, promoviendo una adecuada diversificación, que atiende a las expectativas y requerimientos de la estructura productiva, aprovechando en forma integral los recursos humanos, incrementando las posibilidades de actualización y reconversión para los integrantes del sistema y sus egresados.

De este modo identificamos momentos históricos vinculados a las primeras acciones, contándose con establecimientos que surgieron por medio de políticas nacionales (dependientes de la Ex DINEA), transfiriéndose luego al ámbito provincial; otros que se iniciaron a través de iniciativas locales (acuerdos interinstitucionales); aquellos que surgieron a partir de la reconversión institucional (establecimientos que constituían el sistema de formación Docente) y finalmente los establecimientos de creación reciente, que en muchos casos son propuestas ensambladas en los Institutos Superiores de Formación Docente

Asimismo cabe destacar el desarrollo de la Educación Privada cuya oferta educativa representa otra alternativa de Educación Superior Técnico Profesional ligada a diferentes campos del conocimiento, orientadas a la enseñanza aplicada y su vinculación con el empleo, y enfocada en el aumento de la demanda de formación, por parte de una población estudiantil cada vez más heterogénea, con particularidades asociadas al desarrollo económico y social.

## CAPÍTULO II

### 2. FINALIDADES DE LA FORMACIÓN TÉCNICA EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y GESTIÓN DE LAS ORGANIZACIONES.

#### 2.1 La Tecnicatura Superior en Comunicación Institucional y Gestión de las Organizaciones, aproximaciones a su campo de estudio conocimiento e impacto regional.

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación están produciendo inusitados cambios en todos los aspectos de la vida social actual. Por un lado, los medios informan sobre la construcción de nuevos espacios de intercambio que generan oportunidades de desarrollo económico con el empleo de las nuevas tecnologías. Y por otro, vivenciamos una cultura audiovisual<sup>1</sup> influenciada cada vez más por las imágenes. Asistimos actualmente a una comprensión de contenidos expresados mediante imágenes y otros formatos que captan nuestra atención inmediata, más que aquellos textos planos.

Un nuevo modo de comunicación está instituyéndose y frente a este panorama de cambios significativos, las instituciones públicas u organizaciones<sup>2</sup> no son ajenas, necesitan repensarse y repensar las necesidades de acciones comunicativas.

Las organizaciones son instituciones sociales de carácter complejo y real, forman parte de la cultura, es desde ellas que se desarrollan prácticamente todas las actividades, por lo tanto, su conocimiento adquiere hoy particular relevancia. Para comprender su gestión, es necesario conocer, indagar y construir conocimientos referentes a su comportamiento y técnicas aplicables a su administración. Por lo tanto el saber hacer, como gestionarlas, implica concebir la comunicación y la comunicación institucional como una dimensión de suma importancia avanzando así en una concepción integral que articula el accionar de las distintas aéreas sorteando los formalismos que se establecen entre la comunicación externa y la interna. Implica promover una reflexión profunda sobre los procesos de construcción de significaciones, los modos de relación social que se promueven y los procesos comunicativos que se construyen en torno a la identidad y la imagen de las organizaciones.

Resulta relevante entonces, abordar la formación de personas y agentes en el campo de Comunicación Institucional y la Gestión Organizacional para brindar una visión superadora que adquiera mayores alcances a la hora diseñar y evaluar políticas de comunicación que involucren a las organizaciones públicas y la ciudadanía.

Las nuevas formas de comunicar implican, nuevos modos de planificar y gestionar las políticas de comunicación. Para ello se requiere de un perfil profesional que incluya aspectos tecnológicos y de gestión relacionados con la integración de un ser, un saber y un saber hacer que implique no solo la utilización de diversos medios, sino comprender su fin último. Capacidades que desarrollará y lo/a preparará para insertarse en un amplio y complejo mapa

---

<sup>1</sup> Varios son los autores que hacen referencia a este cambio, en diversos campos de estudio: Ej: Giovanni Sartori, en Homo Videns: Televisione e Post-Pensiero (1997) (Homo Videns. La Sociedad Teledirigida). Steven Johnson, en Everything Bad is Good For you. How today's popular culture is actually making us smarter, entre otros.

<sup>2</sup> Entendemos a las organizaciones como sistemas que producen decisiones a través de decisiones (Luhmann 1993) y que persiguen un fin determinado.



laboral, en una dinámica de rápida expansión y transformación hacia al interior de las organizaciones públicas.

La presente propuesta aspira a generar un espacio de reflexión, problematización y mirada crítica sobre las distintas concepciones en el campo de la Comunicación Institucional y la Gestión Organizacional.

Muchos trabajadores/as estatales cuentan con experiencias concretas y desarrollan sus actividades en diversas aéreas, destinadas a comunicar y gestionar, por lo tanto promover el debate en torno a su rol profesional y la participación efectiva como comunicadores institucionales y gestores en el campo organizacional, es de vital importancia. En definitiva, se trata de visibilizar la necesidad de formación en ese campo y su creciente relevancia teórica y profesional, y contribuir a que se profesionalicen.

Por otro lado permite a las organizaciones públicas, trabajar políticas comunicacionales a largo plazo, aboliendo un sistema que trabaja en las urgencias de las coyunturas, sin ninguna planificación ni proyección.

Resulta relevante, centrar la atención no solo en el diseño e implementación de estrategias de comunicación institucional que logren cubrir el trabajo interno, sino que además, se debe trabajar colaborativamente con otros organismos en un plan de comunicación que tenga en cuenta su relación con el público en general, con otras instituciones, y con los medios como eslabón fundamental, en los procesos de comunicación.

Promover, facilitar y consolidar la conexión de los organismos públicos con la comunidad a través de estrategias y actores que colaboren con el conocimiento de lo propio, de nuestra cultura organizacional, para saber cómo y de qué manera comunicamos, teniendo en cuenta los fines políticos institucionales del contexto.

El presente proyecto de Tecnicatura Superior apunta a estos objetivos, a visibilizar el protagonismo de las instituciones en la promoción de políticas de comunicación y a la formación técnica profesional de personas que promuevan la articulación necesaria para el diseño y evaluación de las mismas. Propuesta inicial de grado no universitaria que pretende la formación de los actores del campo en cuestión tanto ámbito local y como social, en los fundamentos y saberes básicos y técnicos específicos de la Comunicación Institucional para lograr mayor inserción laboral y protagonismo en el desarrollo gubernamental y la recomposición del tejido social.

Se constituye así, en una alternativa de profesionalización de los agentes estatales en todos los ámbitos, bajo una oferta que alcanza a personal administrativo y/o profesional, personal docente y no docente, que se desempeñen en diversas instituciones e interesados de diversos organismos de la Administración Pública Provincial y Municipal que pretenden la prosecución de estudios superiores ligados a las funciones que desarrolla el Estado Provincial y Municipal a través de sus organismos.

## **2.2 Descripción de la carrera**

La propuesta curricular está organizada en tres años, compuesto por seis cuatrimestres de 16 semanas, con un total de 1997 horas. La organización de la carrera contempla una progresiva complejidad aunque integrándose campos del conocimiento general, de fundamentos, específicos y de la práctica profesionalizante. Un primer año con mayor carga en la Formación

General y de Fundamento para ir incrementando la Formación Específica y Prácticas a partir del segundo año buscando que el/a estudiante adquiera mayor fortaleza en los saberes propios de la carrera y la posibilidad de realizar prácticas profesionalizantes, permitirán una genuina versatilidad del técnico para desarrollar sus capacidades en el ámbito laboral.

### **2.3 Identificación del título**

- **Sector de la actividad socio-productiva:** Comunicación/Gestión/Planeamiento
- **Denominación del perfil profesional:** Técnico en Comunicación y gestión
- **Familia Profesional:** Afines en Organizaciones o Instituciones

### **2.4 Denominación del título**

Técnico Superior en Comunicación Institucional y Gestión de las Organizaciones

### **2.5 Duración de la carrera**

3 años

### **2.6 Carga horaria total**

1.997 horas reloj.

### **2.7 Objetivos de la carrera**

- Proporcionar una formación integral y actualizada, en el campo de la comunicación.
- Promover la articulación de nuevos conocimientos para el estudio de la comunicación institucional.
- Fortalecer la comprensión de los agentes públicos sobre los procesos de comunicación y lógicas de sentido que atraviesan la organización.
- Gestionar dispositivos y acciones, en los ámbitos público, privado y de la sociedad civil, que promuevan una comunicación eficaz en las organizaciones.
- Participar en la planificación, administración y evaluación de programas y proyectos orientados al ámbito de la comunicación institucional comprendidos en las organizaciones públicas y privadas.
- Desarrollar dispositivos y estrategias de articulación con los diversos niveles gubernamentales, de comunicación y difusión de estrategias de promoción de políticas públicas comunicacionales.

## 2.8 Campo Ocupacional

Ámbito Laboral	Ámbito Profesional
Organismos e instancias del ámbito público, que interactúen con la sociedad civil, tanto en el nivel local como jurisdiccional y nacional, entre otros, integrando equipos interdisciplinarios relacionados a la comunicación.	El Técnico Superior en Comunicación Institucional y Gestión de las Organizaciones tendrá como funciones: <ul style="list-style-type: none"><li>- Planificar, diseñar y evaluar políticas de comunicación Institucional.</li><li>- Diseñar estrategias comunicacionales.</li><li>- Analizar los elementos de las políticas de comunicación.</li><li>- Planificar políticas de comunicación institucional.</li><li>- Reconocer, discriminar y utilizar la información organizacional para el desarrollo de Políticas de comunicación.</li><li>- Distinguir el ámbito de aplicación y especificidad de la política de Comunicación Institucional.</li></ul>

## 2.9 Perfil del Egresado/a

El/a Técnico/a en Comunicación Institucional y Gestión de las Organizaciones habrá incorporado un conjunto consistente de saberes y habilidades en el campo de las políticas de Comunicación.

Asimismo, podrán abordar las políticas de comunicación en el marco de existencia de las políticas públicas de comunicación institucional, para situar nuevos criterios de trabajo y orientar estrategias comunicacionales intra e inter-institucionales.

## 2.10 Condiciones de Ingreso

Teniendo en cuenta el Reglamento Académico Marco de la Jurisdicción, Resolución Nº 4077/14, en el mismo se establecen las siguientes condiciones:

- Artículo 5º: Ingreso.- A las instituciones de Educación Superior dependientes de la Provincia de Río Negro se ingresa de manera directa, atendiendo a la igualdad de oportunidades y la no discriminación.
- Artículo 6º: Inscripción.- Para inscribirse en una institución de Educación Superior es necesario presentar la siguiente documentación:
  - a) Solicitud de inscripción.

- b) Constancia de estudios secundarios completos, acreditados con la presentación del título en original y copia, o constancia de título en trámite o constancia de finalización de cursado del secundario con materias adeudadas.
- c) Fotocopia autenticada del documento de identidad (datos de identificación y domicilio).
- d) Partida de Nacimiento actualizada, original y copia autenticada.
- e) CUIL.

# CAPÍTULO III

## 3. FUNDAMENTACIÓN PEDAGÓGICA DE LA PROPUESTA CURRICULAR

### 3.1 Acerca del Currículum: el conocimiento, la enseñanza y el aprendizaje.

La Educación Técnico- Profesional se constituye en un ámbito relevante de crecimiento y profesionalización en tiempos de avance científico-tecnológico. La formación de los profesionales se presenta como una necesidad. Esta modalidad establece una estrecha vinculación entre el campo educativo y el campo laboral y requiere de propuestas curriculares abiertas - flexibles en permanente actualización vinculadas con los contextos de actuación.

La Educación Técnico Profesional pretende una sólida formación teórico-práctica que incorpore el desarrollo de capacidades, destrezas en el manejo de la especificidad técnica para la que se forma y el aprendizaje de capacidades más integradoras que vinculen conocimientos con habilidades que apunten a la puesta en escena de herramientas de análisis en contextos, para la toma de decisiones. Esta visión intenta articular la formación de un profesional que aprenda no sólo aspectos instrumentales y técnicos sino contextuales frente a las demandas ocupacionales de la región. En este sentido la Ley de Educación Superior Nacional 24.521 en su Título II Capítulo 1 Artículo 3 explicita que :“ la educación superior tiene por finalidad proporcionar formación científica, profesional, humanística y técnica en el más alto nivel, contribuir a la preservación de la cultura nacional, promover la generación y desarrollo del conocimiento en todas sus formas, y desarrollar las actitudes y valores que requiere la formación de personas responsables, con conciencia ética y solidaria, reflexivas, críticas, capaces de mejorar la calidad de vida, consolidar el respeto al medio ambiente, a las instituciones de la República y a la vigencia del orden democrático”.

En este sentido se estructuran los Diseños Curriculares para la Formación Técnico Profesional y para comprenderlo es necesario explicitar las concepciones de currículum, conocimiento, enseñanza y aprendizaje que orientan el modo que asume el proceso formativo.

Todo currículum explicita ideas, conocimientos, posiciones acerca del hombre, la cultura y la sociedad. Se presenta como representación y concreción de un proyecto político-social-cultural en el que se manifiestan las intencionalidades educativas. El currículum se considera una herramienta de profesionalización en el sentido de promover capacidades en los ciudadanos para lograr progresos personales, profesionales y sociales. El currículum se concibe aquí como: “la expresión de un proyecto político, pedagógico y cultural, escenario de conflictos entre múltiples intereses e intencionalidades, es un eslabón entre la teoría educativa y la práctica pedagógica, entre lo que se afirma que puede ser la educación y lo que finalmente es. Por eso debe ser concebido como un proceso que involucra la práctica pedagógica misma como uno de sus componentes básicos.”<sup>3</sup>

En el Currículum se seleccionan y sintetizan conocimientos que una sociedad define como válidos a ser transmitidos. Construidos y producidos socialmente que deben ser comprendidos en su carácter histórico y provisional. El conocimiento se presenta como un producto objetivado y contradictorio de procesos históricos sociales, culturales que son interpelados permanentemente por relaciones de poder.

En relación a los conocimientos a transmitir concebimos a la enseñanza como una práctica compleja que se sitúa en contextos configurados por múltiples dimensiones: institucionales,

---

<sup>3</sup> Diseño Curricular de la Formación Docente ( 1988)

pedagógicas, didácticas, éticas, políticas. Su particularidad está definida por su relación específica con los conocimientos y los contextos de prácticas donde se producen.

La enseñanza implica siempre un intento deliberado y con relativa sistematicidad de transmisión de conocimientos. Toda enseñanza al ser una acción deliberada no es neutral sino que siempre se evidencia como una actividad política. Como toda acción intencional involucra aspectos personales, sociales y contextuales. En este sentido los aportes de las teorías psicológicas y sociológicas que toman lo grupal y lo social como intervinientes en el aprendizaje son un aporte relevante.

La enseñanza es un campo de prácticas que articula distintos ámbitos de decisión; el político, ético, epistemológico, el técnico y el de los contextos específicos de enseñanza. El desarrollo de una enseñanza situada requiere incorporar la dialéctica permanente entre los conocimientos y su transferibilidad en el ámbito de acción, esto exige la incorporación de diversos abordajes metodológicos según los campos de conocimientos que se involucren.

La intervención en la enseñanza involucra la relación con un aprendiz con sus características y las particularidades del conocimiento a transmitir. El aprendizaje hace referencia a los procesos a través de los cuales se adquieren los conocimientos. La enseñanza influye en el aprendizaje desde la tarea de aprendizaje que realiza el propio estudiante. Las situaciones de enseñanza que se proponen promueven procesos de aprendizaje y construcción de significados por parte del estudiante. Planteamos una concepción de aprendizaje como proceso de construcción de conocimientos que promueven la transferencia y comprensión de los mismos en situaciones cotidianas. Ubica al estudiante como un sujeto activo intelectualmente con posibilidades de aprendizaje personal y formado a través de la mediación con otros.

### **3.2 Consideraciones Metodológicas**

El componente Metodológico requiere de la articulación entre el conocimiento como producción objetiva (lo epistemológico objetivo) y el conocimiento como problema de aprendizaje (lo epistemológico subjetivo) de este modo es concebido como un proceso de construcción. Lo metodológico implica tener en cuenta no solo la especificidad del contenido sino además una posición interrogativa frente a él necesaria para superar una postura instrumentalista y mecanicista en relación al método.

La construcción metodológica “se conforma a partir de la estructura conceptual (sintáctica y semántica) de la disciplina y la estructura cognitiva de los sujetos en situación de apropiarse de ella. Construcción de carácter singular que se genera en relación con un objeto de estudio particular y con sujetos particulares. Se construye casuísticamente en relación con el contexto (áulico, institucional, social y cultural)”<sup>4</sup>.

Una propuesta de enseñanza es un acto particular y creativo “de articulación entre la lógica disciplinar, las posibilidades de apropiación de ésta por parte de los sujetos y las situaciones y los contextos particulares que constituyen los ámbitos donde ambas lógicas se entrecruzan.”<sup>5</sup>

La propuesta metodológica deberá enfocarse a propiciar la confianza y seguridad en los estudiantes promoviendo actitudes de escucha respeto y comprensión que favorezcan la constitución de su identidad como futuros profesionales.

---

<sup>4</sup> Edelstein, G. (1996): “Un capítulo pendiente: el método en el debate didáctico contemporáneo”. En: *Corrientes Didácticas Contemporáneas*. Buenos Aires: Paidós

<sup>5</sup> Edelstein, G. Op Cit.

### 3.3 Acerca de la Evaluación

Desde una racionalidad práctica y crítica, la evaluación constituye un campo conflictivo que nos involucra intersubjetivamente en tanto excede las cuestiones técnicas-pedagógicas por estar vinculada a cuestiones éticas, políticas, sociales e ideológicas. De allí la importancia de analizar y comprender los usos y sentidos de la evaluación, la finalidad que persigue, los intereses a los que responde y principios a los que adscribe.

Fernández Sierra<sup>6</sup> plantea que la evaluación condiciona y determina la vida académica dentro y fuera del aula, involucrando todos los estamentos educativos, desde el trabajo de estudiantes y profesores hasta las decisiones políticas de más alto nivel.

Todo proceso de evaluación responde a múltiples dimensiones: las características de la institución, los proyectos institucionales, los estilos de gestión, las propuestas editoriales y curriculares, las particularidades de los docentes y de los estudiantes, entre otros.

En tal sentido, concebimos la evaluación como una práctica democrática y participativa abierta a la interrogación, la problematización, la búsqueda de entendimiento, la producción de conocimiento y la emancipación de todos los sujetos involucrados.

“La evaluación aplicada a la enseñanza y el aprendizaje consiste en un proceso sistemático y riguroso de recogida de datos, incorporado al proceso educativo desde su comienzo, de manera que sea posible disponer de información continua y significativa para conocer la situación, formar juicios de valor con respecto a ella y tomar las decisiones adecuadas para proseguir la actividad educativa mejorándola progresivamente”<sup>7</sup>

Esto nos lleva a afirmar la necesidad de revisar la definición de evaluación que suele sostenerse en los ámbitos educativos y que sólo la ligan a la constatación de conocimientos aprendidos. La evaluación debe concebirse “desde su inclusión permanente y constante en nuestra cotidianeidad áulica y como una responsabilidad compartida”<sup>8</sup>

La evaluación como práctica de aprendizaje y de enseñanza promueve instancias de auto, co y heteroevaluación y no actividades instrumentales que generan medición y clasificación de los aprendizajes en los sujetos.

La evaluación como parte del proceso didáctico implica para los estudiantes una toma de conciencia de los aprendizajes adquiridos y, para los docentes, una interpretación de las implicancias de la enseñanza en esos aprendizajes. De este modo retroalimenta el proceso de enseñanza e informa a los estudiantes los progresos en sus aprendizajes. Será siempre formativa, motivadora, orientadora y al servicio de los protagonistas.

---

<sup>6</sup> Fernández Sierra, J. (1994). "Evaluación del Currículo: perspectivas curriculares y enfoques en su evaluación". En: Teoría del desarrollo del currículo. Málaga: Aljibe.

<sup>7</sup> Casanova, M. A. (1995). *Manual de evaluación educativa*. La Muralla, Madrid.

<sup>8</sup> Ministerio de Educación (2009). *Diseño Curricular para la Formación Docente de Nivel Primario*. Subsecretaría de Formación y Capacitación Docente – Dirección de Nivel Superior. Río Negro.

# CAPÍTULO IV

## 4. ORGANIZACIÓN CURRICULAR

### 4.1 Definición y caracterización de los campos de formación y sus relaciones.

El Plan de Estudios se organiza en torno a cuatro campos de formación establecidos por la Resolución CFE N°295/16.

#### **Formación General:**

Destinado a abordar los saberes que posibiliten la participación activa, reflexiva y crítica en los diversos ámbitos de la vida laboral y sociocultural y el desarrollo de una actitud ética respecto del continuo cambio tecnológico y social.

#### **Formación de fundamento:**

Destinado a abordar los saberes científico tecnológicos y socioculturales que otorgan sostén a los conocimientos, habilidades, destrezas, valores y actitudes propios del campo profesional en cuestión.

#### **Formación Específica:**

Dedicado a abordar los saberes propios de cada campo profesional, así como también la contextualización de los desarrollados en la formación de fundamento.

#### **Formación de la Práctica Profesionalizante:**

Destinado a posibilitar la integración y contrastación de los saberes construidos en la formación de los campos descriptos, y garantizar la articulación teoría-práctica en los procesos formativos a través del acercamiento de los estudiantes a situaciones reales de trabajo.

### 4.2 Carga horaria por campo (\*)

Campos de Formación	Porcentaje en Plan de Estudios	Porcentaje Actividades Teóricas	Porcentaje Actividades Prácticas Formativas	Total de horas de la Carrera 1.997 horas reloj
Formación General (Porcentaje mínimo: 5%)	10 %	80 %	20 %	
Formación de Fundamento (Porcentaje mínimo: 20%)	27 %	60 %	40 %	
Formación Específica (Porcentaje mínimo: 45%)	48 %	50 %	50 %	
Prácticas Profesionalizantes (Porcentaje mínimo: 10%)	13 %	10 %	90 %	

(\*) Según lo establecido por la Resolución N° 229/14 del Consejo Federal de Educación.



### 4.3 Definición de los Formatos Curriculares que integran la propuesta

**Unidades Curriculares.** Se entiende por “unidad curricular” a aquellas instancias curriculares que, adoptando distintas modalidades o formatos pedagógicos, forman parte constitutiva del plan, organizan la enseñanza y los distintos contenidos de la formación y deben ser acreditadas por los estudiantes. Las mismas se distribuyen de la siguiente manera:

- **Las Asignaturas** son unidades curriculares definidas por la enseñanza de marcos disciplinares o multidisciplinares y sus derivaciones metodológicas para la intervención educativa. Son de valor troncal para la formación y se caracterizan por brindar conocimientos, modos de pensamiento y modelos explicativos. Permiten el análisis de problemas, la investigación documental, la preparación de informes, el desarrollo de la comunicación oral y escrita y la aproximación a métodos de trabajo intelectual transferibles a la acción profesional. En cuanto al tiempo y ritmo, pueden adoptar la periodización anual o cuatrimestral, incluyendo su secuencia en cuatrimestres sucesivos.
- **El Trabajo de campo:** proponen un acercamiento real al contexto, a la cultura de la comunidad, a las instituciones y los sujetos en los que acontecen las experiencias de práctica. Los Trabajos de Campo constituyen espacios sistemáticos de trabajos de indagación en terreno e intervenciones en espacios acotados, desarrollo de micro experiencias, prácticas sistemáticas en contextos específicos y diversos.
- **Los Talleres** son unidades curriculares que promueven la resolución práctica de situaciones que requieren de un hacer creativo y reflexivo, poniendo en juego marcos conceptuales disponibles, también posibilita la búsqueda de otros marcos necesarios para orientar, resolver o interpretar los desafíos de la producción. Como modalidad pedagógica, el taller apunta al desarrollo de capacidades para el análisis de casos y de alternativas de acción, la toma de decisiones y la producción de soluciones e innovaciones. En este proceso, se estimula la capacidad de intercambio, la búsqueda de soluciones originales y la autonomía del grupo. Su organización es adaptable a los tiempos cuatrimestrales.
- **Los seminarios** son unidades que se organizan en torno a casos, problemas, temas o corrientes de pensamientos para cuyo análisis se requiere de una producción específica, la contraposición de enfoques, posiciones y debate. Implican instancias académicas de estudio de problemas relevantes para la formación profesional, a través de la reflexión crítica de las concepciones o supuestos previos sobre tales problemas, que los estudiantes tienen incorporados como resultado de su propia experiencia, para luego profundizar su comprensión a través de la lectura y el debate de materiales bibliográficos o de investigación. Estas unidades permiten el cuestionamiento del "pensamiento práctico" y ejercitan en el trabajo reflexivo y el manejo de literatura específica, como usuarios activos de la producción del conocimiento. Los seminarios se adaptan bien a la organización cuatrimestral, atendiendo a la necesidad de organizarlos por temas/ problemas. Asimismo estos espacios incluyen dispositivos que enriquecen el proceso formativo, como propuestas de opcionalidad académica que supondrán la articulación entre diferentes instituciones (sociales, académicas, políticas, etc.).
- **Conferencias y coloquios** conforman encuentros de aprendizaje con especialistas especialmente invitados, sobre temáticas relativas a los contenidos que se están desarrollando en los distintos cursos para resignificar, ampliar y profundizar los marcos interpretativos.
- **Seminarios de intercambio y debate de experiencias:** encuentros de presentación de experiencias, de informes de estudios de campo, de trabajos monográficos, posters, y otras modalidades, con debate de sus desarrollos y conclusiones con el propósito de

valorizar, producir, sistematizar y socializar conocimientos, investigaciones operativas llevadas a cabo por los estudiantes durante su proceso de formación.

- **Congresos, Jornadas, Talleres:** actividades académicas sistematizadas que organizadas por los Institutos Superiores u otro tipo de instituciones reconocidas permiten, aún antes del egreso, vincular a los estudiantes con el mundo técnico-profesional.

# CAPÍTULO V.

## 5. ESTRUCTURA CURRICULAR

### 5.1 Mapa curricular

TECNICATURA SUPERIOR EN COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y GESTIÓN DE LAS ORGANIZACIONES							
Formación General		Formación de Fundamento		Formación Específica		Prácticas Profesionalizantes	
<b>PRIMER AÑO</b>							
Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre	Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre	Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre	Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre
Estado y Sociedad (Asig. 4hs/64hs)	-----	-----	Teoría de la Comunicación Humana (Asig. 6hs/96hs)	Introducción a la Comunicación (Asig. 6hs/96hs)	Ética, Comunicación y Medios (Asig. 6hs/96hs)	-----	-----
Sociología (Asig. 4hs/64hs)			Comunicación y Medios (Asig. 6hs/96hs)		Gestión de las Organizaciones I (Asig. 6hs/96hs)		
<b>SEGUNDO AÑO</b>							
Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre	Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre	Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre	Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre
Derechos Humanos (Asig. 4hs/64hs)	-----	Sociología de las Organizaciones Públicas (Asig. 6hs/96hs)	Planeamiento y Gestión de la Información (Asig. 6hs/96hs)	Comunicación Institucional (Asig. 4hs/64hs)	Comunicación Gubernamental y Políticas Públicas (Asig. 6hs/96hs)	Práctica Profesionalizante I (Asig. 4hs/64hs)	
				Opinión Pública (Asig. 6hs/96hs)	Comunicación Multimedia (Asig. 4hs/64hs)		
<b>TERCER AÑO</b>							
Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre	Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre	Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre	Primer Cuatrimestre	Segundo Cuatrimestre
-----	-----	Producción Periodística (Asig. 4hs/64hs)	Oratoria (Asig. 6hs/96hs)	Gestión de la Comunicación Digital (Asig. 6hs/96hs)	Publicidad y Propaganda en Organizaciones Públicas (Asig. 4hs/64hs)	Práctica Profesionalizante II (Asig. 6hs/192hs)	
				Gestión de las Organizaciones II (Asig. 6hs/96hs)	Metodología de la Investigación en Comunicación (Asig. 6hs/96hs)		
Total horas Formación General: 192		Total horas Formación Fundamento: 544		Total horas Formación Específica: 960		Total horas Prácticas Profes.: 256	
Espacio de Definición Institucional: 45 hs.							
<b>TOTAL HORAS DE LA CARRERA: 1997</b>							

# CAPÍTULO VI

## 6. UNIDADES CURRICULARES

### 6.1 Unidades Curriculares. Componentes Básicos

En la presentación de las unidades curriculares se explicitan los siguientes componentes: formato, orientaciones para la selección de contenidos, y bibliografía.

- **Formatos.** Implican no solo un determinado modo de transmisión del conocimiento, sino también una forma particular de intervención en los modos de pensamiento, en las formas de indagación, en los hábitos que se construyen para definir la vinculación con un objeto de conocimiento. (Resolución CFE N° 24/07).
- **Finalidades formativas de una unidad curricular.** Las finalidades formativas de la unidad curricular son un componente del Encuadre Didáctico de los Diseños Curriculares Provinciales. Son un tipo particular de propósitos que refieren a aquellos saberes que los estudiantes deben acreditar al finalizar el curso y que están vinculados a las prácticas profesionalizantes.
- **Ejes de contenidos descriptores.** Adscribiendo a la concepción de los diseños curriculares como un “marco de organización y de actuación y no un esquema rígido de desarrollo”, el presente diseño curricular incorpora criterios de apertura y flexibilidad para que “el currículum en acción” adquiera una fluida dinámica, sin que sea una rígida e irreflexiva aplicación del diseño curricular o un requerimiento burocrático a ser evitado.”. En ese encuadre, se presentan los ejes de contenidos, concebidos como las nociones más generales y abarcadoras que constituirán la unidad curricular con la función de delimitar, definir y especificar los campos conceptuales que la integran.

### 6.2 CAMPO DE LA FORMACIÓN GENERAL.

#### 6.2.1 PRIMER AÑO

##### ▪ 6.2.1.1 Estado y Sociedad

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 1er año 1er cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 4 hs.

**Total de horas:** 64 hs.

##### Finalidades formativas de la Unidad Curricular

Comprender las relaciones existentes entre el Estado y la Sociedad y el papel transformador y organizador de la esfera de lo estatalizado en el plano de las relaciones sociales. Abordar

analíticamente los conceptos relevantes en las ciencias sociales y observar sus interrelaciones en la dinámica de las políticas sociales.

### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Transformaciones del Estado Moderno. Los Estado-Nación modernos: surgimiento histórico y características fundamentales. Capitalismo. El desarrollo del Estado de Bienestar. El discurso sobre la globalización y su relación con el neoliberalismo: neoconservadurismo, crisis del Estado de Bienestar y resignificación de las fronteras nacionales. El debate contemporáneo sobre el rol social del Estado. La gravitación del Estado en la conformación histórica de la sociedad argentina. Las reformas del Estado Argentino. Reconstrucción de la estatalidad.

El poder como dimensión constitutiva de la política. El Gobierno: definición y formas históricas. Los regímenes políticos modernos. Poder social, poder político y dominación. Tensiones entre representación y participación: el problema de la delegación de poder. La construcción de hegemonía entre el conflicto y el consenso. Acción colectiva y política. El conflicto social y los nuevos movimientos sociales en Argentina y Latinoamérica.

Ciudadanía y espacio público. Las esferas de lo público y lo privado en las sociedades modernas. El concepto de sociedad civil en la filosofía política. Autonomía, libertad y política, tensiones en una sociedad democrática. Derechos civiles, derechos sociales, derechos culturales. Redefinición de las modalidades de acción estatal y nuevos modos de participación ciudadana. El rol de las organizaciones de la sociedad civil y el tercer sector.

Ética y responsabilidad. Ética y moralidad. Conceptualización y marco teórico. La problemática ética contemporánea: éticas vigentes y morales emergentes. Ética aplicada al ejercicio profesional.

#### ▪ **6.2.1.2 Sociología**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 1er año 1er cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 4 hs.

**Total de horas:** 64 hs.

### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular.**

Adquirir conocimientos desde lo social que le permitan comprender el contexto socio-histórico del surgimiento de la sociología, sus principales perspectivas teóricas para analizar y debatir la sociedad como construcción social, sus procesos de socialización y las instituciones con una mirada en las corrientes sociológicas contemporáneas.

### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Sociología. Métodos y perspectivas. La sociología como ciencia. La realidad social como objeto de estudio. La estructura social: nociones y nuevos enfoques. Metodología y métodos de investigación sociológica. Teoría sociológica: aportes a los debates teóricos contemporáneos. La herencia de la sociología clásica. Tendencias teóricas de la sociología contemporánea. Control social, cultura y procesos de socialización. Estructura, estratificación y sociedad. Desigualdad y clases sociales. Bienestar, pobreza y exclusión. Transformaciones en las organizaciones y el trabajo para la reproducción de la vida humana. Movimientos de poblaciones: las migraciones. Interacción

social, vida cotidiana y procesos de comunicación. Ciudades, espacios urbanos y rurales. Nación, ciudadanía y democracia. Sociedad civil y movimientos sociales. Producción, medio ambiente, consumo y calidad de vida. Cambio social y mundialización. Relaciones entre la práctica sociológica y otras ciencias sociales. La práctica profesional.

## **6.2.2 SEGUNDO AÑO**

### ▪ **6.2.2.1 Derechos Humanos**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 2do año 1er cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 4 hs.

**Total de horas:** 64 hs.

#### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Lograr que los/as estudiantes conozcan y analicen la evolución del fenómeno de los derechos humanos, su ubicación como uno de los objetos del orden jurídico-político mundial y las manifestaciones concretas que de él se dan. Generar y promover una conciencia integral de la noción de derechos humanos, más allá de la capacitación profesional que su área de trabajo exija, la responsabilidad profesional, ética y social en todos los campos de la investigación, el estudio, la enseñanza y el trabajo. Integrar los conocimientos básicos de la asignatura al quehacer cotidiano en cualquiera de sus manifestaciones.

#### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Los derechos humanos. Conceptos y tipos básicos. Tipología y categorías principales de derechos humanos. Criterios de clasificación. Las generaciones de derechos. Evolución histórica: Los derechos humanos en la Antigüedad. Ideas e instituciones en la Edad Media. La escolástica. Orígenes españoles e ingleses de los modernos derechos humanos. Humanismo, Reforma, Edad Moderna y derechos humanos. La conquista de América y el pensamiento de Vitoria. La Revolución Inglesa. La Petición de derechos, el Bill o Carta de Derechos y la Ley de hábeas corpus. El jusnaturalismo. Las declaraciones de derechos clásicas y la constitucionalización de los derechos humanos en las revoluciones norteamericana, francesa y latinoamericana. La Revolución Industrial. Liberalismo, democracia, socialismo (marxista y no marxista). Los derechos económicos y sociales en la historia social y de las ideas. Consagración en las revoluciones mexicana y rusa y en las Constituciones posteriores. Los llamados derechos de tercera generación. La internacionalización de los derechos humanos. Antecedentes. Sociedad de las Naciones y Organización Internacional del Trabajo. La segunda guerra mundial y la Organización de las Naciones Unidas. La evolución posterior. Los tratados internacionales sobre derechos humanos. Generalidades. Los Pactos Internacionales de Derechos Civiles y Políticos (y su Protocolo Facultativo) y de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. La Convención Americana sobre Derechos Humanos o Pacto de San José de Costa Rica. Convenciones especiales contra la tortura, la discriminación (racial y contra la mujer) y el genocidio. Protección de los derechos de los niños. Protección de los derechos de los trabajadores. El sistema de la Organización Internacional del Trabajo.

## **6.3 CAMPO DE LA FORMACIÓN DE FUNDAMENTO.**

### **6.3.1 PRIMER AÑO**

#### ▪ **6.3.1.1 Teoría de la Comunicación Humana**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 1er año 2do cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 6 hs.

**Total de horas:** 96 hs.

#### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Se espera que los/as estudiantes integren conocimientos entre los distintos modelos y teorías en una síntesis personal y creativa, que además descomponga, identifique, clasifique y jerarquice los elementos comunicacionales, capaz de comunicarse eficazmente, en forma oral y escrita sus ideas y sentimientos.

#### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Fundamentos de la comunicación. Qué es comunicación. Componentes y estructura del proceso de la comunicación humana. El comunicador como mediador de la comunicación social: un comunicador real. Antecedentes de la comunicación. Diálogo y comunicación oral. La escritura. Condiciones del buen funcionamiento. Factores de comunicación e incomunicación. Niveles de comunicación en la sociedad. Nivel intrapersonal e interpersonal. Introspección y empatía. Nivel de la comunicación grupal y asamblearia. Dinámica de grupos y comunicación persuasiva. Nivel de las comunicaciones organizacionales. Comunicación institucional. Comunicación globalizada. Globalización y Mc Luhan. Comunicación de masas y los medios. El desarrollo de los medios de comunicación de masas. Definiciones públicas de los medios. Conceptos sobre cultura de masas. El proceso y las relaciones de los medios con los diversos tipos de colectividades. Escala de la comunicación ciberespacial. Emprendimiento comunicacional. Comunicación y sociedad. La comunicación y la profesión del comunicador. Reinención del profesional de la comunicación. Liderazgo Comunicacional. La comunicación y el desarrollo social. La comunicación y la democracia.

#### ▪ **6.3.1.2 Comunicación y Medios**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 1er año 2do cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 6 hs.

**Total de horas:** 96 hs.

### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Brindar los conceptos y los procesos para formular e implementar estrategias de comunicación y creatividad, coherentes y eficaces, en la comunicación mediada, en función de su rol como comunicador institucional. Que sepa manejar aquellas herramientas de comunicación en medios convencionales y no convencionales, así como a la habilidad y destreza para dar forma creativa al mensaje a través de recursos estilísticos, expresivos y narrativos audiovisuales.

### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Características específicas de los medios de comunicación social y su vinculación con el público. Nivel de comunicación masivo. Tecnologías de los medios. Lenguajes propios de cada medio. Los medios como agentes socializadores. Uso y consumo de medios. La publicidad como sostenimiento de los medios. Técnicas y géneros básicos de redacción de información institucional. Historia de la prensa escrita: géneros periodísticos. Elaboración y evaluación de material escrito. Las agencias de noticias. Publicidad. Otras formas de expresión y medios gráficos. Los medios auditivos de comunicación social. La radiodifusión. El proceso de comunicación radial. La programación radiofónica. Sus formas. Técnicas de creación y realización en radio. Desarrollo y evaluación de programas radiales. El libreto radiofónico; sus elementos. Características del mensaje radial. Medios de comunicación audiovisual. Técnicas de realización y producción en televisión. El lenguaje televisivo. El guión televisivo. Diseño, realización y evaluación de programas televisivos. Su aprovechamiento. Las proyecciones audiovisuales.

## **6.3.2 SEGUNDO AÑO**

### **▪ 6.3.2.1 Sociología de las Organizaciones Públicas**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 2do año 1er cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 6 hs.

**Total de horas:** 96 hs.

### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Consolidar saberes abordados en los espacios precedentes, el reconocimiento y la comprensión de las organizaciones como objeto teórico y empírico, sus características, métodos y técnicas. Conocer cómo se toman las decisiones organizacionales y sus relaciones de poder.

### **Ejes de contenidos. Descriptores**

La organización como fenómeno social. Las organizaciones en la sociedad actual. Definiciones y conceptos de organización. La complejidad del fenómeno organizativo. Modernidad, racionalización y surgimiento del pensamiento tecnocrático. El fenómeno burocrático, sus diferentes concepciones y miradas. El tipo ideal de la organización burocrática según Max Weber. Dominación, organización y legitimidad. Las disfunciones de la burocracia, sus efectos y consecuencias. Nuevas formas organizativas post-burocráticas: debates actuales. Dimensiones



centrales en los estudios de la Organización. Aspectos formales e informales de la estructura de la organización. Autoridad, jerarquía y responsabilidad. Los puestos de trabajo como conjuntos de tareas. Influencia y liderazgo. La democracia de los grupos pequeños. Los circuitos de comunicaciones. Culturas de organización. Definiciones de cultura de organización. Sus dimensiones y niveles analíticos. Cultura, identidades y grupos sociales en la organización. Poder, control y conflicto en las organizaciones. Nociones sobre el poder. Las organizaciones y el poder político: diversidad de miradas y enfoques. Poder e influencia. Discurso y práctica gerencial. Teorías críticas del management. Mecanismos de control social. Conflicto y negociación. Problemáticas actuales en los estudios de la organización, formas organizativas contemporáneas: reestructuración productiva y flexibilización. La transformación de las estructuras organizativas: descentralización, desverticalización y división del trabajo entre empresas. Distintas miradas y enfoques. Las tendencias explicativas: reestructuración productiva, flexibilización, tercerización y subcontratación laboral. Las Tecnologías de la Información (TICs): impacto e influencia en las organizaciones y en la racionalización del trabajo. La evolución de las formas organizativas. De la estructura simple a la organización en red y virtual. La globalización: los puntos centrales del debate actual. La deslocalización internacional del trabajo (offshoring). Nuevas formas organizacionales y de gestión del trabajo: el caso del teletrabajo y de los call centers.

- **6.3.2.2 Planeamiento y Gestión de la Comunicación**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 2do año 2do cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 6 hs.

**Total de horas:** 96 hs.

**Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Facilitar la apropiación de las teorías que validan los desarrollos de proyectos en y desde las organizaciones, así mismo adquieran saberes técnicos y metodologías para planificar, gestionar y evaluar proyectos de comunicación.

**Ejes de contenidos. Descriptores**

Paradigmas teóricos de la planificación normativa, estratégica, prospectiva. Planificación y gestión. Aspectos teóricos de la gestión de proyectos de comunicación en organizaciones e instituciones. Definición de estrategias de comunicación. Mercado de medios. Planificación de medios y modos comunicacionales. Planificación, gestión y evaluación de proyectos integrados para el desarrollo de organizaciones. Políticas públicas de comunicación. Introducción a la técnica de la planificación. Criterios de elección y caracterización de la organización en la que se interviene. Objetivos y visión de la organización. La organización en su entorno social. Análisis de situaciones. El comunicador y la planificación de procesos comunicacionales. Lo comunicacional en la planificación. El objeto como fenómeno situacional, complejo y fluido. La comunicación estratégica. El comunicador como planificador. Momento analítico. Elaboración del marco conceptual y metodológico. Diagnóstico. Técnica de priorización de problemas. Líneas de acción. Introducción a la política de comunicación. La Planificación: concepto y mirada comunicacional. El concepto de Planificación.

Planificación Tradicional y Planificación Estratégica. Epistemología, metodología y teoría en la planificación. Objetivos de la planificación. Metas, resultados esperados. Planes, programas, proyectos, actividades y tareas. Viabilidad y factibilidad. Calendarización y presupuestos. Evaluación. Revisión crítica de la experiencia de planificación: Vigilancia epistemológica. La participación multi-actoral. Funciones y roles del/ de la planificador/a. La planificación de Políticas de Comunicación y de Cultura. Estado, mercado y medios. Política y planificación. Políticas públicas de comunicación. Acceso y participación. Lo local y lo cultural. Planificación de Políticas Públicas de comunicación y de cultura en el siglo XXI.

### **6.3.3 TERCER AÑO**

#### **▪ 6.3.3.1 Producción Periodística**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 3er año 1er cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 4 hs.

**Total de horas:** 64 hs.

#### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Que los/as estudiantes reconozcan la responsabilidad social del periodismo y los medios en la sociedad, los acontecimientos que en ella suceden, los que no suceden y las suposiciones que son noticias, siempre con sentido crítico en la emisión de juicios de valor. Reconozcan las características principales de los diferentes géneros periodísticos y ejerciten distintos formatos de redacción informativa.

#### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Periodismo y medios. Breve historia del periodismo. Autorregulación de los medios. Políticas de mercado y televisión. Movileros radiales. Comunicación, periodismo y medios. Represión y periodismo. Valoración periodística de los acontecimientos. La noticia, elementos constitutivos y el género periodístico informativo. La Escuela Tradicional Norteamericana. Elementos para la valoración del acontecimiento. Técnicas de realización (lead, cuerpo de la información). Pautas generales de redacción. Formatos básicos de redacción periodística, noticia, noticia breve, crónica. Ordenamiento lógico o cronológico de la información. Elementos de titulación: funciones, estructura y componentes. La crónica periodística. Las modalidades. Formato. Cuerpo textual. Secuencia textual narrativa. Secuencia textual descriptiva. Secuencia textual argumentativa. El reportaje periodístico. Tipo y estructura. Reportaje de acontecimiento. Reportaje de acción. Reportaje corto. El gran reportaje. La entrevista periodística. Conversación y entrevista. Modalidades y técnicas. Herramientas. Modelos. Redacción. Entrevista de conversación. Entrevista de cuestionario fijo. Entrevista de personalidad. El perfil. Información y opinión. Nacimiento del periodismo de opinión. Desarrollo. Diferencia entre géneros literarios y periodísticos. Funciones y objetivos de los géneros periodísticos de opinión. En la sección opinión El editorial: orígenes y características, El suelto de editorial. El artículo. La opinión iconográfica. El comentario. La columna. La crítica. Investigación periodística. Orígenes de la investigación periodística. Proceso de la investigación periodística. Técnicas de la investigación. Fuentes e informes de investigación.

Desafíos del periodismo de investigación en la Argentina. El nuevo periodismo. Orígenes del nuevo periodismo de los años '60 a los '80. Periodismo radiofónico. Características del lenguaje hablado. Periodismo televisado. Técnicas periodísticas en televisión. La noticia para televisión. La entrevista televisiva. Periodismo digital. La sociedad frente a las nuevas tecnologías. El hipertexto y la aparición de las nuevas tecnoculturas. Internet: el mercado de la información. El periodismo y las nuevas tecnologías.

▪ **6.3.3.2 Oratoria**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 3er año 2do cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 6 hs.

**Total de horas:** 96 hs.

**Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Se espera que el/a estudiante logre reflexionar sobre los discursos actuales en torno a las diversas problemáticas que atraviesan la sociedad y a las organizaciones públicas, familiarizándose con los procedimientos y los criterios para el análisis, la interpretación, la evaluación y la construcción de argumentos del discurso cotidiano y de las disciplinas especiales. Incorporar a través de la práctica discursiva habilidades que permitan informar, debatir y exponer ideas y fundamentos en su praxis laboral.

**Ejes de contenidos. Descriptores**

Oratoria. Concepto, objeto y funciones de la oratoria. Reseña histórica. Las Escuelas de oratoria. La Pieza oratoria. Elocuencia. Elocuencia del púlpito, de tribuna, estilo militar, estilo parlamentario, estilo forense. Racionalidad. Razonabilidad. La retórica. Los géneros discursivos. Géneros de discursos según los objetivos: la persuasión, la evasión, la enseñanza, la celebración, el pregón, el mitin, la lección inaugural, la oración fúnebre y el homenaje. Géneros de discursos según los contenidos: la descripción de los objetos, la definición de las ideas, la formulación de los valores y de las estimaciones y la interpretación de las actitudes y de los comportamientos. Géneros de los discursos según los formatos. Géneros de discursos según otros tipos de intervenciones. El discurso. Tipos discursivos básicos: expositivo, descriptivo, argumentativo. Elementos y análisis del discurso. La elaboración del discurso. El tema central y los periféricos. Las etapas de elaboración. La composición y organización de las ideas. El contenido del discurso: la inventio. Actualidad y originalidad. Vías y estrategias para localizar temas. La organización del discurso. Funciones. La redacción, planteamiento programático, la asimilación y la pronunciación del discurso. Las cualidades y los vicios del discurso oratorio: la oscuridad, la ambigüedad, la incorrección, etc. Planteamiento pragmático de los procedimientos retóricos. La docencia y la perspicuitas. La delicatio y la utilitas. La moción afectiva y el consenso emocional. La finalidad de los recursos oratorios: la captatio benevolentiae, el status quaestionis, la attentio y la varietas, Éthos y páthos y la auctoritas y la credibilitas. El consenso emotivo. La asimilación del discurso: la memoria. La pronunciación de los discursos: la acción. La articulación de las palabras. La entonación y el ritmo. La gestualidad. Los Recursos Retóricos: la identificación retórica, la evocación de la memoria, el estímulo de las ilusiones, la hipérbole, el argumento de autoridad, la pregunta retórica, el ejemplo,

la paradoja y la simplificación. La Dialéctica: los discursos dialécticos, la conversación, la discusión, los recursos dialécticos.

## **6.4 CAMPO DE LA FORMACIÓN ESPECÍFICA.**

### **6.4.1 PRIMER AÑO**

#### ▪ **6.4.1.1 Introducción a la Comunicación**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 1er año 1er cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 6 hs.

**Total de horas:** 96 hs.

#### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Comprender y abordar analíticamente el conocimiento sobre el desarrollo histórico de los fenómenos de los procesos de la comunicación humana y de la comunicación mediada y sus herramientas. Comprender las funciones sociales de la comunicación y su relación con otras áreas sociales. Reconocer las diferencias entre el lenguaje analógico y digital y su desarrollo en las comunicaciones masivas.

#### **Ejes de contenidos. Descriptores**

La comunicación humana y sus componentes. Cultura y comunicación. Distintas acepciones del concepto de cultura. Conducta y comunicación. Las funciones de la comunicación. Lengua y lenguaje. Sistemas de comunicación. Lenguajes analógicos y digitales. Códigos. Signos y señales. La comunicación interpersonal y la comunicación mediada. La cultura y la comunicación de masas: ventajas y desventajas. Aparición de la imprenta. Surgimiento histórico de los medios de comunicación. La aparición de los medios masivos de comunicación. La sociedad del espectáculo. La internacionalización de las comunicaciones. Elementos de la Comunicación. La Comunicación como disciplina científica multidisciplinaria. La fijación de su objeto. El carácter científico de la comunicación. La multidisciplinariedad en el marco de la crisis de los paradigmas científicos sociales. Modelos de la Comunicación como constructos. Desarrollo, contextualización histórica y caracterización de los modelos. Modelos clásicos. Modelo Lineal Conductista, Modelo Funcionalista. Modelo de los Intermediarios. Modelo de las Categorías Sociales. Modelos post-clásicos: Modelo Crítico (Escuela de Frankfurt). Modelo Cibernético (Palo Alto). Los Estudios Culturales de la Universidad de Birmingham. Producción social de sentido. Vivir en la semiosfera. Razones culturales para abordar una Teoría del Signo. Las dos corrientes de la semiología. Signo Lingüístico en Saussure: significante y significado. El signo en Peirce: ícono, índice y símbolo. Elementos de Semiología (Roland Barthes): connotación-denotación, enunciado-enunciación, lengua-habla. La lengua como poder. Dominación lingüística y hegemonía cultural. Diversidad lingüística y multilingüismo. El Modelo Gravitacional de Jean-Louis Calvet.

- **6.4.1.2 Ética, Comunicación y Medios**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 1er año 2do cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 6 hs.

**Total de horas:** 96 hs.

**Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Consolidar nociones sobre los paradigmas de la ética en la comunicación y aplicar sus aportes a los procesos de la comunicación social en sus diversas áreas. Realizar y desarrollar un discernimiento ético con criticidad que permita al estudiante comprender conceptualmente la ética de las comunicaciones y su aplicación en su ámbito laboral.

**Ejes de contenidos. Descriptores**

Evolución y comprensión de los medios de comunicación y la industria de los medios. La estructura de poder de los medios de comunicación en América Latina y Argentina. Análisis de los medios de comunicación en Argentina. Reflexión ética de la comunicación. Los valores. ¿Qué valores? Una ética basada en los valores. El compromiso ético del comunicador. Educación moral y transmisión de valores en el ámbito profesional. El trabajo y la ética profesional. El valor del trabajo. El valor de los trabajadores. Valores relacionados con el trabajo profesional. La ética profesional. El sujeto organizado y sus derechos. Legislación. Concepto y naturaleza de la empresa informativa. Las relaciones laborales informativas. Derecho a la información, a la publicidad y el deber profesional. Límites a la libertad de expresión en los medios de comunicación.

- **6.4.1.3 Gestión de las Organizaciones I**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 1er año 2do cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 6 hs.

**Total de horas:** 96 hs.

**Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Apropiarse de conceptos y procedimientos que le permitan analizar y comprender las distintas dimensiones que caracterizan la gestión organizacional: planeamiento, objetivos, diseño, control, decisión. Así como vislumbrar la evolución del pensamiento administrativo, a través del estudio de distintas escuelas y teorías.

**Ejes de contenidos. Descriptores**

La organización como sistema social. La arquitectura de la organización. Estructura organizacional: Principios y características de la estructura organizacional. Condicionamientos del entorno. Tipología. El ser humano en la organización. Trabajo naturaleza y motivaciones. Condicionantes

psicológicos del comportamiento organizacional. El comportamiento organizacional como condición social de Identidad Organizacional. Características que la determinan. La cultura organizacional. Definición. Características que la configuran. Efectos de la cultura en las organizaciones. El cambio y la cultura. El papel del líder en la conformación de la cultura organizacional. Tipos de liderazgo. La administración. Distintos conceptos. Análisis. Objeto. Epistemología de la administración. Administración como ciencia, técnica y arte. El administrador. Competencias: conocimiento, perspectiva y actitud. Habilidades: técnicas, humanas y conceptuales. Papeles básicos del administrador y sus categorías. Estado actual de la Teoría General de la Administración. Multiplicidad de teorías. Variables básicas: tareas, estructura, personas, tecnología, ambiente, competitividad. Interacción e interdependencia entre ellas. Administración y Sociedad. La generación del pensamiento administrativo en el marco del proceso histórico y social. Enfoques. Escuelas y Teorías. Principales exponentes. Ideas relevantes que sustentan. Enfoque clásico: Premisas de la administración Científica. Taylor y Fayol. Enfoque Humanista: Teoría de las Relaciones humanas. Enfoque Neoclásico: Teoría Neoclásica. Administración por Objetivos Enfoque Estructuralista: Modelo burocrático. Teoría Estructuralista. Enfoque del Comportamiento Teoría del comportamiento en administración. Teoría del desarrollo Organizacional. Enfoque Sistémico Teoría de los sistemas. Principales aportes. Los enfoques contemporáneos: Aportes actuales. La administración estratégica y competitiva. Perspectiva global. Ventaja competitiva global. El enfoque japonés. Teoría Z. La excelencia. Calidad Total.

## **6.4.2 SEGUNDO AÑO**

### **▪ 6.4.2.1 Comunicación Institucional**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 2do año 1er cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 4 hs.

**Total de horas:** 64 hs.

#### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Integrar elementos teóricos y habilidades desarrolladas en las otras unidades de la comunicación institucional interna y externa, y la relación que existe con la imagen y la identidad organizacional. Ser capaces de evaluar las diversas herramientas y canales que puede utilizar como estrategias de comunicación en un plan metodológico adecuado para implementar en una organización.

#### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Introducción a la comunicación organizacional. Los ámbitos y contextos de la comunicación en el Siglo XXI. Nociones y alcances de la comunicación en la organización, interna y externa. Par dialéctico: estrategia y comunicación. Fines, objetivos y gestión de la comunicación organizacional. Diferencias con la comunicación comercial. Modelos de gestión estratégica de la comunicación. La comunicación organizacional en la administración pública. El plan estratégico de comunicación. Concepto, encuadre y nociones. Anclaje metodológico. Misión. Visión. Objetivo. Metas. Estrategias. Agenda estratégica. Etapas: Diagnóstico (instrumentos). Formulación. Evaluación.

Medición de resultados. Ajustes. La cultura en las organizaciones y su gestión estratégica. Cultura, identidad, clima laboral y comunicación interna en las organizaciones. Análisis de situación, la auditoría de comunicación y su planeamiento estratégico: la organización, el entorno, del concepto de público al de stakeholder. Estrategias de comunicación: adelantamiento, nominamiento, acercamiento, apalancamiento, franquiciamiento. Roles y responsabilidades. Análisis, tácticas, acciones, medios. El impacto de la innovación y la tecnología de la comunicación. Proyectos de comunicación, enfocados en la resolución de problemas. Plan integral de comunicación. La imagen corporativa y su gestión estratégica. La imagen institucional. Elementos formadores. Estructura de la imagen. Formación de la imagen en la mente de los públicos. Herramientas básicas para la realización de auditoría de imagen. La figura del líder comunicacional Liderazgo comunicacional. Ingeniería de la imagen del líder. Storytelling. El arte de la persuasión. Empresa y periodismo: una simbiosis necesaria. La acción comunicacional: gabinete de prensa o departamento comunicacional. Penetrar en la agenda Setting. Administración estratégica de la marca. Los momentos de comunicación de marketing en el ciclo de relación con los clientes o usuarios. El valor de marca como centro de las acciones de comunicación de marketing. El concepto de capital de marca basado en el cliente. Los elementos que sostienen desde la marca a la comunicación de marketing y su interrelación estratégica.

- **6.4.2.2 Opinión Pública**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 2do año 1er cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 6 hs.

**Total de horas:** 96 hs.

**Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Analizar y comprender los modelos teóricos y conceptuales que, desde diversos enfoques disciplinares, conforman el estudio de la opinión pública y las incidencias de la comunicación política en la configuración de dicha opinión. Advertir la relación entre la opinión pública y los medios de comunicación social, el periodismo y las agendas mediáticas. Reconocer el rol de la comunicación gubernamental, corporativa e institucional en la configuración de la opinión pública.

**Ejes de contenidos. Descriptores**

Opinión Pública. Orígenes, nacimiento y polisemia. La opinión pública como concepto interdisciplinar: aportes desde las ciencias políticas, la sociología y la comunicación. Pensamiento clásico, teorías contemporáneas y reformulaciones modernas. Miradas teóricas sobre la opinión pública: visión sistémico-estructural, interaccionismo entre opinión pública y sociedad, concepción institucionalista, concepción comparativa y crítica, modelo psicosocial y espiral del silencio. Perspectivas de la opinión pública. Público, multitud y masa. Las funciones de la opinión pública. El proceso de opinión pública: características y componentes. La formación de la opinión pública: la opinión pública ilustrada, en el espacio público, de los líderes de opinión, de los sondeos. La opinión y la actitud: diferencias. La formación de la opinión. La medición y la investigación de la opinión pública. Opinión pública autónoma y heterónoma. Opinión pública y medios de comunicación. Medios y audiencias: influencias y efectos. Tematización y agenda-setting. El

periodismo público: problemas de la opinión pública en relación con la información periodística. Las encuestas y los medios de comunicación. El espacio público mediatizado. La relación periodistas-políticos. La imagen pública de las instituciones: el periodismo. Acontecimientos, noticias y agendas mediáticas. Opinión pública y comunicación política. Campañas electorales y liderazgo político. La videopolítica: audiovisualización, espectacularización y personalización de la política. La publicidad política y el marketing. La estrategia comunicacional. Las redes sociales y la política 2.0. Comunicación y gobiernos: estrategias e impacto en la opinión pública. Relaciones públicas corporativas, institucionales y gubernamentales en el espacio público.

- **6.4.2.3 Comunicación Gubernamental y Políticas Públicas**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 2do año 2do cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 6 hs.

**Total de horas:** 96 hs.

**Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Se espera que los/as estudiantes sean capaces de comprender, analizar y diseñar políticas públicas en clave de comunicación gubernamental teniendo en cuenta la dimensión de los problemas públicos. Que pueda lograr dilucidar los ciclos cortos (políticas incrementales) y largos (mitos de gobierno) de manera simultánea. Comprender el diseño organizacional de los gobiernos para gestionar la comunicación a nivel intra e interinstitucional.

**Ejes de contenidos. Descriptores**

Introducción a los estudios de políticas públicas y al análisis de políticas públicas. Etapas. Mejora de la calidad de las políticas públicas. Definición de los problemas públicos. Introducción a la agenda pública y a la definición de los problemas públicos. La detección de los problemas. La filtración de los problemas. La relación entre política y comunicación. Los nuevos paradigmas de la comunicación política. El estado del arte de los debates contemporáneos en torno a la comunicación política. La ubicación de la comunicación gubernamental, de crisis, de riesgo y electoral en la comunicación de perspectiva institucional. Etapas de la profesionalización de la gestión comunicacional. La intersección del espacio público y el político. Las nuevas tecnologías y los cambios del contexto. El objetivo de la Comunicación Gubernamental y de Políticas Públicas. Legitimar más que publicitar. Tips para evaluar una buena comunicación. Las características que distinguen a la Comunicación Gubernamental. La organización de los gabinetes de comunicación y sus principales funciones. El incrementalismo político y el consenso en las políticas públicas. Gobiernos y mitos de gobierno. Las funciones y los tipos de la comunicación en una organización gubernamental. El proceso de gestión de la reputación personal e institucional y su relación con la comunicación gubernamental. La subjetividad. El cambio de paradigma en la gestión y los procesos convergentes. La gestión de redes sociales. La gestión del día a día versus la estrategia de mediano plazo. Los gobernautas y la relación gobierno, ciudadanos.

- **6.4.2.4 Comunicación Multimedia**

**Formato:** Asignatura



**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 2do año 2do cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 4 hs.

**Total de horas:** 64 hs.

### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Logren conocer, evaluar y seleccionar aquellas herramientas digitales apropiadas para la producción de elementos integrantes de los sistemas de comunicación multimedial. Planificar, diseñar, ejecutar y evaluar proyectos de comunicación multimedia incorporando nociones de software específicos para su producción.

### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Introducción a los multimedios. Hipertexto, multimedia e hipermedia. Sistemas multimediales lineales y no lineales. Sistemas multimediales interactivos. Lenguaje de programación Web. Análisis estructural de mono/multimedios y aspectos comunicacionales. Distintos tipos de medios. Diferencias comunicacionales cualitativas y cuantitativas. Mono medios y multimedios. Factores diferenciales. Valor agregado de la integración de medios. Aspectos comunicacionales. La integración de las áreas de guión, imagen, sonido y música, gestión y comunicación. El enfoque fragmentado de componentes de los multimedios y el enfoque integral de sinergia. Análisis estructural de multimedios. Mapa conceptual, guión, coherencia. Los componentes y la sinergia. Interactividad, libertad del usuario, información autocontenida, información distribuida, etc. Análisis comunicacional de multimedios. Géneros (educativo, informativo, promocional, de entretenimiento, etc.). Objetivo del producto multimedial, estrategias utilizadas para la presentación de la información, público destinatario. Estructuras lineales. Estructuras multimediales lineales. La secuencialidad y la libertad del usuario. Efecto comunicacional de la interactividad. El receptor activo. Estructuras no lineales. Los múltiples caminos y la decisión del usuario. Multimedios e hipermedios. Diferencias conceptuales. Autocontención e información distribuida. La jerarquización de la información y su relación con los multimedios e hipermedios. La producción de multimedios. El equipo de trabajo: roles, funciones y responsabilidades. El trabajo interdisciplinario. Importancia de la interacción entre los diferentes equipos de desarrollo. El project leader. Los especialistas por área. Procesos que se integran en la producción de multimedios: conceptualización. Mensaje a transmitir. Público destinatario. Objetivo buscado. Guión. Mapa de navegación. Opciones de interactividad. Recopilación y edición de contenidos.

## **6.4.3 TERCER AÑO**

### **▪ 6.4.3.1 Gestión de la Comunicación Digital**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 3er año 1er cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 6 hs.

**Total de horas:** 96 hs.

### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Generar un conocimiento que lo habilite a la reflexión en torno a la planificación y la gestión de la comunicación en las organizaciones a través de las nuevas tecnologías. Reconocer y definir a las organizaciones en un contexto hipermediatizado. Favorecer un debate crítico sobre los alcances, importancia y limitaciones de las nuevas tecnologías de la comunicación en el marco de la gestión comunicacional, problematizando el rol de los comunicadores en relación a ellas, y promover su empleo en el marco de planes integrales.

### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Las organizaciones en un contexto hipermediatizado. Desafíos del siglo XXI en un contexto comunicacional novedoso: de las mediaciones a las hipermediaciones. Hibridaciones y cambios en los contextos de significación. Nuevas lógicas y prácticas comunicacionales. Complejidad de la comunicación organizacional en clave digital: producción, distribución y recepción. Internet como una macro red de conversaciones. Posibilidades, mitos y limitaciones de la Web 2.0. Webs: una ventana al mundo. Redes sociales: definiciones, tipos y estado actual. Tecnologías de comunicación, convergencia y narrativas. Las TIC en su complejidad, diferentes usos y apropiaciones, las diferentes potencialidades y limitaciones, desigualdades en el acceso, materiales y simbólicas. Intervención de las TIC en la socialización y construcción de identidades. Características de la sociedad actual hipermediatizada. Las redes sociales digitales, Web 2.0, producción, y circulación de información. Producción de contenidos. De los textos a los hipertextos. Tecnologías de comunicación como instituciones sociales. Puentes y fronteras entre lo analógico y lo digital. Identidades digitales: la intimidad como espectáculo. Brechas tecnológicas. Los desafíos del nuevo siglo: hacia una inclusión digital. Rol del Estado en los procesos de alfabetización digital de la sociedad. Estrategias, planes y programas. Soberanía tecnológica y Software libre. Luchas culturales en mundo conectado. Legislaciones en los usos y la circulación de la información. Estrategias comunicacionales digitales en las organizaciones. El Comunicador como analista de las necesidades y características de las organizaciones. Importancia de conocer la organización y elaborar un plan de acción estratégico. Reglas de etiqueta: qué formas cuidar, contenido esperado por la comunidad, qué no decir o hacer. Descripción, herramientas y usos probados. Casos de aplicación de estrategias y tácticas 2.0: descripción y resultados obtenidos. Evaluación y medición de las tecnologías multimediales aplicadas en las organizaciones. Análisis y evaluación de producciones propias y ajenas. El rol del Comunicador, interdisciplinariedad y competencias. Gestor de la Comunicación Digital: nuevo perfil profesional. Transformaciones en las prácticas periodísticas. Nuevas formas y contexto de producción. Gestión de la comunicación digital en organizaciones. Plan de acción estratégico. Análisis desde la aplicación de estrategias y tácticas 2.0. Evaluación sobre la incorporación de herramientas tecnológicas en los procesos de producción de sentido organizacionales.

#### ▪ **6.4.3.2 Gestión de las Organizaciones II**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 3er año 1er cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 6 hs.

**Total de horas:** 96 hs.

### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Se espera los/as estudiantes logren realizar relevamientos organizacionales, identificando aspectos significativos, a fin de concretar estudios de casos como modo de aproximación a la realidad. Describir organizaciones desde los diferentes ambientes que la configuran: con distintas finalidades, objetivos, estrategias de gestión, valores, cultura y relaciones interpersonales. Confeccionar y diferenciar modelos de diseño organizacional estableciendo ventajas y desventajas de cada uno e identificando las dificultades propias de su elaboración.

### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Diseño organizacional. Estructura organizacional. Concepto. Componentes básicos. Nociones de: autoridad y poder. Línea y Staff. Organización formal e informal. División organizacional: el departamento. Niveles organizacionales y tramo de administración. Factores que determinan un tramo eficaz. Distintos tipos. Organización matricial. Motivos de uso. Variantes. Problemas. Sugerencias para su eficacia. Unidades Estratégicas de Negocios (UEN). Concepto. Problemas potenciales. Otros tipos de estructuras: la organización virtual. Los organigramas. Concepto. Tipos y propósitos. Formas usuales de representación. Los manuales de organización. Su redacción. El planeamiento. Los objetivos. Planeamiento. Concepto. Tipos de planes. Proceso de planeamiento: Atención de oportunidades. Establecimiento de objetivos y metas. Consideración de premisas de planeación, identificación de alternativas, comparación de alternativas en función de los objetivos, elección de una alternativa, formulación de planes de apoyo, confección de diferentes presupuestos. Los objetivos. Concepto. Naturaleza. Jerarquía. Multiplicidad. Objetivos y metas. La administración por objetivos: Como establecer objetivos. Beneficios, desventajas y recomendaciones. Las decisiones. Toma de decisiones. Importancia y limitaciones de la toma de decisiones racionales. Evaluación de alternativas. Selección de alternativas: enfoques. Tipos de decisiones. Toma de decisiones en diferentes contextos. Evaluación de la importancia de las decisiones. La creatividad y la innovación en el proceso decisorio. El papel del administrador. Empowerment. El Control. Concepto. El proceso básico de control. El control como proceso de retroalimentación. Control con corrección anticipante. Requisitos para controles eficaces. Técnicas de control: el presupuesto. Recursos tradicionales de control no presupuestal. Técnicas de evaluación y revisión de programas: Diagrama de Gantt. Diagrama de PERT.

#### ▪ **6.4.3.3 Publicidad y Propaganda en Organizaciones Públicas**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 3er año 2do cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 4 hs.

**Total de horas:** 64 hs.

### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Desarrollen capacidades para comprender y explicar el desarrollo histórico de los fenómenos de la publicidad y la propaganda y sus relaciones con la economía, la sociedad y las tecnologías. Reconocer y analizar las características del discurso publicitario y propagandístico en los procesos de producción, circulación y recepción de sentidos a través de la historia. Analizar las relaciones entre publicidad y propaganda en el contexto actual y su incidencia en las organizaciones públicas.

### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Los orígenes históricos de la publicidad y de la propaganda. El fenómeno de la publicidad: Los antecedentes de la publicidad: el desarrollo de la actividad comercial y las formas de comunicación en la antigüedad y el medioevo. La modernidad y el surgimiento de la sociedad burguesa y el capitalismo. La invención de la imprenta y la aparición del periódico. La Revolución Industrial y el auge de la Sociedad Capitalista. De la publicidad informativa del diario a la publicidad gráfica del cartel. El fenómeno de la propaganda: El origen de la propaganda y las ideologías del poder político. Las relaciones entre la construcción del poder, la religión, las ideologías. La propaganda en la revolución burguesa: el libro, los periódicos. La publicidad social al servicio de las causas de bien público. La importancia creciente del Tercer Sector y el crecimiento de las ONG. Los gobiernos y la función pública de educar y prevenir. Las empresas y la responsabilidad social. Un nuevo paradigma: la publicidad social. Principales concepciones, del bien público a lo social. Antecedentes en Argentina y el Mundo. Del armado del brief a la determinación del problema de comunicación. La estrategia de comunicación. El proceso creativo y de producción de piezas. La evaluación de proceso y resultados. Análisis de campañas de publicidad social en el mundo y en La Argentina. Casos de publicidad social.

#### ▪ **6.4.3.4 Metodología de la Investigación en Comunicación**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Cuatrimestral

**Ubicación en el diseño curricular:** 3er año 2do cuatrimestre

**Asignación de horas semanales:** 6 hs.

**Total de horas:** 96 hs.

#### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Conozcan y aborden los conocimientos fundamentales que se enmarcan en un contexto multidisciplinar caracterizado por la confluencia de las Ciencias de la Comunicación y Ciencias Sociales. Que integre conocimientos para formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre aspectos políticos, sociales, económicos y éticos en las organizaciones públicas. Que contribuya al conocimiento científico no solo en su trabajo profesional sino en entornos académicos y sociales.

### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Introducción a los conceptos y fundamentos de la investigación social. Qué es ciencia. Qué tipo de operaciones implica el conocimiento científico. Qué es teoría. Qué son las hipótesis. El método científico. Qué es deducción e inducción. Qué es un paradigma científico. ¿Cambian los paradigmas? Qué áreas son susceptibles de investigación en comunicación. Formulación de preguntas susceptibles de investigación en comunicación sobre cada una de las áreas de investigación en comunicación. La formación investigadora: retos, posiciones y transformaciones. Tránsito en la formación del sujeto investigador: del sentido común a la obtención de información mediante un método científico (sujeto investigador). Pasajes: de la certeza a la duda; de las respuestas a las preguntas. De la opinión (doxa) al conocimiento científico (episteme). De lo dado de forma inmediata a la ordenación sistemática (dialéctica universal-particular-singular). Del sujeto pasivo/receptor al sujeto activo/productor.

Planteamiento y descripción de la Actividad (evaluable) Análisis de contenido de un artículo científico. El proceso de investigación científica. Las etapas de investigación: Planteamiento – Ejecución – Divulgación. La importancia y necesidad de saber plantear la investigación. El Marco Teórico como punto de partida. Qué es un Marco Teórico y de qué secciones consta. La importancia de las referencias en la investigación científica (Normativa APA). Formulación del problema y justificación. Planteamiento de las hipótesis y los objetivos de investigación. Los métodos y las técnicas de investigación: Diferenciación entre métodos cuantitativos y cualitativos. Fuentes de información y muestra de estudio. La ejecución de la investigación práctica y el análisis de la información. La preparación del trabajo de campo. La divulgación de la investigación.

#### ▪ **6.4.4.1 Espacios de Definición Institucional – EDIs**

Este diseño incluye EDIs como unidades curriculares. Serán anuales, con una carga horaria de 45 hs. a distribuir en dos o tres talleres/seminarios. Según organización de la institución.

#### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Dentro de estos espacios se podrán dictar talleres, seminarios o conferencias tales como: Taller de nuevos protocolos; Taller de nuevas normas; El Marketing Personal; La comunicación en los Medios Digitales; Entrenamiento específico con sistemas informáticos de gestión; entre otros.

### **6.5 CAMPO DE FORMACIÓN DE LA PRÁCTICA PROFESIONALIZANTE.**

#### **Finalidades formativas de las Unidades Curriculares**

*“Se entiende por prácticas profesionalizantes aquellas estrategias y actividades formativas que, como parte de la propuesta curricular, tienen como propósito que los estudiantes consoliden, integren y/o amplíen las capacidades y saberes que se corresponden con el perfil profesional en el que se están formando. Son organizadas y coordinadas por la institución educativa, se desarrollan dentro o fuera de tal institución y están referenciadas en situaciones de trabajo.*

*“Las prácticas profesionalizantes propician una aproximación progresiva al campo ocupacional hacia el cual se orienta la formación y favorecen la integración y consolidación de los saberes a los cuales se refiere ese campo ocupacional, poniendo a los estudiantes en contacto con diferentes situaciones y problemáticas que permitan tanto la identificación del objeto de la práctica profesional como la del conjunto de procesos técnicos, tecnológicos, científicos, culturales, sociales y jurídicos que se involucran en la diversidad de situaciones socioculturales y productivas que se relacionan con un posible desempeño profesional.”*

Las prácticas profesionalizantes se orientan a generar posibilidades para realizar experiencias formativas en distintos contextos y entornos de aprendizaje complementarios entre sí. En este sentido las prácticas pueden desarrollarse:

- En un ámbito exterior a la institución educativa.
- En un ámbito interior de la institución educativa.
- En ambos contextos al mismo tiempo.

**Ámbito Exterior:** En las prácticas profesionalizantes insertas en el mundo del trabajo, los

estudiantes ejercitan y transfieren aprendizajes ya incorporados, y también aprenden nuevos contenidos o saberes propios del ejercicio profesional, que le corresponde al campo laboral específico. Asimismo se desarrollan relaciones interpersonales, horizontales y verticales propias de la organización.

**Ámbito Interior:** Cuando las prácticas profesionalizantes se dan en el contexto de la institución educativa, se orientan a la implementación de proyectos institucionales: productivo o tecnológico y/o actividades de extensión, respondiendo a necesidades de la comunidad. En este ámbito se destaca que los aprendizajes están encaminados por una concepción del trabajo, en tanto práctica social y cultural, en lugar de estar centrados en las particularidades de las funciones en un lugar de trabajo determinado.

Teniendo como referencia los ámbitos explicitados anteriormente, las prácticas profesionalizantes pueden implementarse mediante diferentes formatos, respetándose claramente los propósitos y objetivos planteados para su realización. En este sentido las prácticas profesionalizantes pueden estar comprendidas en:

- **Actividades en espacios reales de trabajo:** las mismas se desarrollan en instituciones y organismos, a través de los cuales se generan los mecanismos de articulación (convenios, actas acuerdos, etc.) que permiten la participación de los estudiantes en lugares y horarios definidos para tal fin.
- **Actividades de extensión:** diseñadas para satisfacer necesidades comunitarias. Las mismas podrán definirse y planificarse en función de relevamientos y demandas que se presenten en la institución, evaluándose la pertinencia de las mismas en función de los objetivos planteados.
- **Proyectos productivos de servicios:** están esbozadas para satisfacer demandas específicas de determinada producción de bienes o servicios, o también puede optarse por trabajar y fortalecer requerimientos propios del instituto. Éstos dispositivos constituyen una importante herramienta para vincular la educación y el trabajo, a partir de una formación que se centra en el aprender a emprender. De esta manera los estudiantes obtienen una capacitación técnica y estratégica que les amplía las posibilidades de participación futura en el mundo productivo. En este tipo de proyectos el aprender se logra a través de la producción concreta de un bien y/o servicio en el ámbito del establecimiento educativo, donde los estudiantes tienen la posibilidad de organizarse asumiendo diferentes roles y contando con el acompañamiento y seguimiento de los docentes.
- **Proyectos tecnológicos** orientados a la investigación, experimentación y desarrollo de procedimientos, bienes o servicios relevantes desde el punto de vista social y que introduzcan alguna mejora respecto de los existentes.

Cualquiera sea la tipología que adopten las prácticas profesionalizantes, las mismas deben respetar las siguientes condiciones para su implementación:

- Estar planificadas desde la institución educativa, monitoreadas y evaluadas por un docente o equipo docente especialmente designado a tal fin y una autoridad educativa, con participación activa de los estudiantes en su seguimiento.

- Estar integradas al proceso global de formación.
- Desarrollar procesos de trabajo, propios de la profesión y vinculados a fases, procesos o subprocesos productivos del área ocupacional profesional.
- Favorecer la identificación de las relaciones funcionales y jerárquicas del campo profesional, cuando corresponde.
- Hacer posible la integración de capacidades profesionales significativas y facilitar desde la institución educativa su transferibilidad a las distintas situaciones y contextos.
- Disponer la puesta en juego de valores y actitudes propias del ejercicio profesional responsable.
- Propiciar la ejercitación gradual de niveles de autonomía y criterios de responsabilidad profesional.
- Viabilizar desempeños relacionados con las habilidades profesionales.

## **6.5.2 SEGUNDO AÑO**

### ▪ **6.5.2.1 Práctica Profesionalizante I**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Anual

**Ubicación en el diseño curricular:** 2do año

**Asignación de horas semanales:** 4 hs.

**Total de horas:** 64 hs.

#### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

Las Prácticas Profesionalizantes en el segundo año inician a los/as estudiantes en ámbitos ligados al mundo laboral brindando un espacio de integración y aplicación de contenidos curriculares de la carrera favoreciendo el acercamiento a formas de organización y relaciones de trabajo. Reflexionar críticamente sobre ellos y proporcionando a la institución educativa insumos que favorecen la relación con el mundo del trabajo. Poner en práctica saberes profesionales significativos sobre procesos socio productivo de bienes y servicios, que tengan afinidad con el futuro entorno laboral en cuanto a su sustento científico-tecnológico y técnico.

#### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Metodología de la Investigación en Comunicación. Instructivos de observación y entrevistas. Recursos teóricos y prácticos. Características del campo de observación. Rol del observador. Tipos de entrevista, objetivos, alcances.

Reconocimiento del ámbito de trabajo, observación, identificación y descripción de tareas, actividades, procesos, situaciones problematizantes, que allí se desarrollan.

Reflexión y socialización en forma grupal sobre la práctica.

Evaluación de los resultados y de su participación en todos estos procesos durante la práctica, elaboración de un informe final.

#### **Aspectos Metodológicos**

A partir de situaciones desarrolladas en el mismo ámbito de formación académica bajo la supervisión y coordinación de un profesor, aplicando estrategias de enseñanza que incorporan el análisis de casos, la resolución de problemas y el desarrollo de entrenamientos específicos en

contextos de simulación. Se referirán a problemas y preguntas que le permitan al estudiante profundizar el desarrollo de las competencias necesarias y suficientes para resolver cualquier problema específico que se relacione con sus competencias profesionales.

### **6.5.3 TERCER AÑO**

#### **▪ 6.5.3.1 Práctica Profesionalizante II**

**Formato:** Asignatura

**Régimen de cursada:** Anual

**Ubicación en el diseño curricular:** 3er año

**Asignación de horas semanales:** 6 hs.

**Total de horas:** 192 hs.

#### **Finalidades formativas de la Unidad Curricular**

En las prácticas profesionalizantes del tercer año de cursada, en tanto campo de formación, se piensa como un proyecto que aporte y posibilite la articulación teórica práctica de los saberes construidos en los campos de formación general, de fundamento y específica a través del acercamiento de los estudiantes a situaciones de trabajo y a contextos con problemáticas socio-culturales específicas.

#### **Ejes de contenidos. Descriptores**

Vinculación con el área socio-ocupacional. Participación, promoción y problematización del desarrollo comunitario. Visualizar y reflexionar sobre la dimensión política.

Identificación de la necesidad, planificación, gestión y evaluación de un proyecto. Reflexión acerca de un desarrollo que tome como marco el proyecto institucional y las situaciones del contexto comunitario que la práctica intenta problematizar.

Disponibilidad de recursos humanos, recursos materiales y simbólicos que requieran las diferentes instancias de la práctica. Criterios que permitan a la práctica profesionalizante indagar, problematizar y construir estrategias vinculadas al propio proceso formativo, al ejercicio ciudadano y al futuro profesional, así como, al desarrollo del campo socio-ocupacional -en clave productiva y cultural, donde se inscriben las diferentes acciones educativas.

Elaboración de un informe final de la práctica de trabajo con una propuesta de desarrollo personal.

#### **Aspectos Metodológicos**

Las prácticas se realizarán a partir de situaciones reales en organizaciones o instituciones que tengan que ver con su área de formación, bajo la coordinación y supervisión de un profesor, aplicando estrategias de enseñanza que incorporan el análisis de casos, la resolución de problemas y el desarrollo de entrenamientos específicos en contextos de simulación. Se referirán a problemas y preguntas que le permitan al estudiante profundizar el desarrollo de las competencias necesarias y suficientes para resolver cualquier diagnóstico específico que se relacione con sus competencias profesionales. Las diferentes situaciones que pueda observar y/o participar, y/o desarrollar, le permitirá al/a estudiante ir consolidando la formación y su perfil profesional, de manera tal que les facilite su inserción laboral contando con esta experiencia previa.



## VII. BIBLIOGRAFÍA GENERAL.

- Alsina, R. (1989) La construcción de la noticia. Barcelona. Ed. Paidós.
- Alonso, G. y Arébalos, A. (2000) La revolución horizontal. El poder de la comunicación en manos de la gente. Buenos Aires. Ed. B.
- Ander-Egg, E. (2007) Introducción a la planificación estratégica. Buenos Aires. Ed. Lumen Humanitas.
- Amado Suárez, A. y Castro Suñeda, C. (1999) El modelo de comunicación integrada. Buenos Aires, Argentina. Ed. Temas Grupo Editorial.
- Armañanzas, E.; Diaz Noci, J. (2001) Periodismo y Argumentación. Bilbao. Ed. Universidad del País Vasco.
- Aruguete, N. (2015) El poder de la agenda. Política, medios y público. Buenos Aires. Ed. Biblos.
- Bauman, Z. y Tim, M. (2007) Pensando sociológicamente. Buenos Aires. Ed. Nueva Visión.
- Becerra, M. (2003) Sociedad de la información: proyecto, convergencia, divergencia. Buenos Aires. Ed. Norma.
- Berganza, M.R. y Ruiz, J.A. (2005) Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación. Madrid. Ed. MacGraw-Hill.
- Bourdieu, P.; Chamboredon, C. y Passeron, J. C. (1986) El Oficio de Sociólogo. México. Ed. Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (2000) La dominación masculina. Barcelona. Ed. Anagrama.
- Bourdieu, P. (1996) La opinión pública no existe. En revista Voces y Culturas Nº 10.
- Camps, S. y Pazos, L. (2004) Así se hace periodismo. Manual práctico del periodista gráfico. Buenos Aires. Ed. Paidós.
- Casermeiro De Pereson, A. (2004) Los medios en las elecciones. Agenda Setting en la Ciudad de Buenos Aires. Buenos Aires. Editorial de la Universidad Católica Argentina (EDUCA).
- Castells, M. (1998) La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Volumen I. La Sociedad Red. Madrid. Ed. Alianza.
- Castro Zúñeda, C. (1999) Opinión Pública. Buenos Aires. Temas Grupo Editorial.
- Cortagerena, A. y Freijedo, C. (2000) Administración y Gestión de las Organizaciones. Buenos Aires. Ed. Macchi.
- Dader, J. L. (1990) Las teorías contemporáneas. Madrid. Ed. Eudema.
- Dader, J. L. (1992) El periodista en el espacio público. Barcelona. Ed. Bosch.
- Dênis de Moraes (comp.) (2010) Mutaciones de lo visible: comunicación y procesos culturales en la era digital. Buenos Aires. Ed. Paidós.
- Durkheim, E. (1994) Las reglas del método sociológico. México. Ed. Coyoacán.
- Dupreel, E. (2012) Opinión Pública, o la multitud a distancia. Buenos Aires. Ed. La Crujía.
- Eco, U. (1973) Apocalípticos e integrados ante la sociedad de masas. Barcelona. Ed. Lumen.
- Etkin, J. (1978) Sistemas y estructura de organización. Buenos Aires. Ed. Macchi.
- Etkin, J. (2000) Política, gobierno y gerencia de las organizaciones. México. Ed. Pearson Educación.
- Etkin, J. (2005) Gestión de la complejidad en las organizaciones. Buenos Aires. Ed. Granica.
- Etzioni, A. (1965) Organizaciones Modernas. México. Ed. Uteha.
- Fernández, C. y Galguera, L. (2009) Teorías de la Comunicación. Ed. Mc Graw-Hill. Interamericana.
- Fontela, M. (2000) Opinión pública y democracia. Buenos Aires. Ed. Yagüe.
- Fontcuberta, M. de. (2004) Así se hace periodismo. Manual práctico del periodista gráfico. Buenos Aires. Ed. Paidós.
- García Delgado, D. (1994) Estado y Sociedad. La nueva relación a partir del cambio estructural. Tesis. Buenos Aires. Ed. Norma -FLACSO.
- García Delgado, D. (2000) Estado, Nación y Globalización. Buenos Aires. Ed. Buenos Aires.
- Graciarena, J. (1989) El Estado en América Latina. Teoría y práctica. México. Ed. Siglo XXI. Universidad de las Naciones Unidas.
- Giddens, A. (1998) Sociología. Madrid. Ed. Alianza.
- Guzmán Heredia, C. (1991) Marketing político. Buenos Aires. Ed. Giacobbe.
- Habermas, J. (1997) Más allá del Estado Nacional. Madrid. Ed. Trotta.
- Habermas, J. (1981) Historia y crítica de la opinión pública. Barcelona. Ed. Gustavo Gili.

- Hall, R. (1983) La naturaleza y las clases de organizaciones. En Organizaciones, estructura y proceso. Madrid. Ed. Prentice Hall.
- Ibarra Colado, E. (2006) ¿Estudios Organizacionales en América Latina? Transitando del centro hacia las orillas. México. Ed. Anthopos.
- Kabeer, N. (1998) Tácticas y compromisos: nexos entre género y pobreza. Santiago de Chile. Ed. ISIS.
- Kliksberg, B. (1995) El pensamiento organizativo. De los dogmas a un nuevo paradigma gerencial. Buenos Aires. Grupo Editorial Norma.
- Krieger, M. (2001) La sociología de las organizaciones y las teorías organizacionales. Brasil. Ed. Prentice Hall.
- Lévi-Strauss, C. (1986) Mito y significado. Buenos Aires. Ed. Alianza.
- Longo, V. (2013) La inherencia de la comunicación en la planificación, en AVATARES de la comunicación y la cultura, n°6.
- López, E. (2008) Apuntes de sociología. Buenos Aires. Ed. Altamira.
- Luhmann, N. & DeGiorgi, R. (1993) Teoría de la sociedad. Universidad de Guadalajara. Universidad Iberoamericana. Instituto Tecnológico y de estudios Superiores de Occidente. México.
- Mallo, S. (1997) Ciudadanía y democracia en el cono sur. Montevideo. Asociaciones Universidades - Grupo.
- March, J. y Simon, H. (1961) Límites cognitivos sobre racionalidad. Barcelona. Ed. Ariel.
- Marafioti, R. (2005) Sentidos de la Comunicación. Buenos Aires. Ed. Biblos.
- Massoni, S. (2011) Comunicación estratégica. Comunicación para la innovación. Rosario. Ed. Homo Sapiens.
- Mata, M. C. (1993) Educación para la Comunicación. Módulo 3. Buenos Aires. Centro de Comunicación Educativa La Crujía.
- Menendez, M. C. (2009) Política y medios en la era de la información. Buenos Aires. Ed. La Crujía.
- Miralles, A. M. (2001) Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana. Buenos Aires. Ed. Norma.
- Monzón, C. (1996) Opinión pública, comunicación y política. Madrid. Ed. Tecnos.
- Moser, C. (1991) Una nueva lectura: género en el desarrollo. Lima. Ed. Entre Mujeres.
- Luhmann, N. (2000) La realidad de los medios de masas. México. Ed. Anthopos.
- Noelle Neumann, E. (2012) La opinión pública, entre la apatía y la movilización: la espiral del silencio. Buenos Aires. Ed. La Crujía.
- Noelle Neumann, E. (2010) La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social. Barcelona. Ed. Paidós.
- Schlemenson, A. (1990) La organización como objeto: Siete dimensiones para su análisis. En La perspectiva ética en el análisis organizacional. Buenos Aires. Ed. Paidós.
- Scioscioli, S. (2015) La educación básica como derecho fundamental Implicancias y alcances en el contexto de un Estado Federal. Buenos Aires. Ed. EUDEBA.
- Simon, H. (1980) La comunicación. Lealtad e identificación organizacional. En el comportamiento administrativo. Buenos Aires. Ed. Aguilar.
- O'Donnell, G. (1993) Acerca del Estado, la democratización y algunos problemas conceptuales. Desarrollo Económico, vol.35, nro 40.
- Oszlak, O. (1997) Estado y Sociedad. Las nuevas reglas de juego. Colección CEA-CBC- Buenos Aires.
- Petit, F. (1984) La organización y sus niveles. En Psicopsicología de las organizaciones: introducción a sus fundamentos teóricos y metodológicos. Barcelona. Ed. Herder.
- Uranga, W., y Bruno, D. (2007) Formación académica e imaginarios profesionales del comunicador y del planificador de procesos comunicacionales. Bs.As. En: <http://comunitariaeinstitucionalcomunicacion.blogspot.com/2007/04/texto-dewashington-uranga-y-daniela.html>
- Urresti, M. (2008) Ciberculturas Juveniles. Buenos Aires. Ed. La Crujía.
- Vivaldi Martín, G. (1989) Géneros periodísticos. Madrid. Ed. Paraninfo.
- Zanoni, L. (2008) El Imperio Digital. Ed. Ediciones B.



DE MIO NEGRO