

4102/03

**Universidad Nacional de Salta**  
**Facultad de Humanidades**

**Carrera: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación**

**Cátedra: Gestión y Diseño de Políticas en Comunicación Social**

**Equipo de Cátedra: Profesor Adjunto semidedicación (temporario): Dr. Julio César Arrueta**

**Auxiliar Docente de 1ra. Categoría: Lic. Leonardo Sosa**

**Régimen: Anual**

**Año de cursado: 2009**

**1903 - 09**

**Número de horas: 3 (tres) horas semanales.**

**PLAN DE TRABAJO**

**1. Justificación teórica**

El predominio de las nuevas tecnologías, el acceso prácticamente irrestricto a transmisiones internacionales, informaciones en tiempo real y una completa gama de ofertas televisivas-radiales-cibernéticas. han alterado profundamente el tejido de relaciones sociales y formas de percepción de la realidad. Se ha edificado, en el último siglo, un nuevo espacio de interacción, de múltiple y variada conectividad, donde paulatinamente han proliferado reconsideraciones conceptuales vinculadas a la subjetividad, interactividad y particularmente, el quehacer democrático e institucional desde una nueva mirada ciudadana. En este tiempo de globalización, se habla, sin apocamiento, de *videopolítica* o *democracias mediatizadas* como categorías propias y emergentes de una transformación cuyo epicentro puede ubicarse a principios del siglo XX.

Es en este escenario donde toma sentido la afirmación sobre la proporcionalidad que existe entre el incremento físico e influyente de la comunicación masiva y las nuevas responsabilidades que asumen los actores directamente involucrados. Sucede que el avance de los nuevos procesos de comunicación pública -en un contexto de profundas transformaciones políticas, económicas y culturales- desencadena, necesariamente, nuevos sucesos de interés colectivo, y decisiones institucionales y de gobierno, que

afectan la forma de ejercicio de algunos derechos y el sentido de la vida cotidiana. Es así que la comunicación adquiere un eje estructurante en las sociedades contemporáneas, en tanto se constituye en una herramienta ineludible para transformar la realidad (Enz *et al*, 2006)

Es en este contexto, donde adquiere sentido cardinal la noción de planificar los procesos comunicacionales. Se trata, en definitiva, *“de organizar, ordenar, coordinar, prever cursos de acción con el propósito de alcanzar determinantes objetivos, mediante el uso eficiente de los medios”* (Ander-Egg, 2004: 23). En tal sentido, la posibilidad de construir procedimientos metódicos para la canalización de flujos informativos, sean de naturaleza institucional o social, permiten generar marcos de certidumbre en sociedades atravesadas por la sobreinformación y la saturación comunicativa.

Por tal razón, es objetivo central de la cátedra **abordar la noción de planificación de la comunicación desde una perspectiva contextualizada para establecer, desde allí, instancias de aprendizaje sobre su matriz conceptual, su relación con la etapa de diagnóstico e instrumental y las particularidades que adquiere en el escenario de los medios masivos, las organizaciones de la sociedad civil, la comunicación de Gobierno y períodos de crisis.**

Para ello, se propone un conjunto de contenidos que están vertebrados en tres categorías. La primera, situada en la Unidad 1 y 2, persigue el objetivo de acordar visiones históricas y contextualizadas, además de una clarificación conceptual, sobre nuestro objeto de estudio y sus principales características.

La segunda categoría, que comprende las Unidades 3, 4, y 5 centra la atención en la operacionalización de los procesos de la planificación, con principal énfasis en las instancias de diagnóstico, de procedimiento y sus particularidades en el ámbito de la comunicación masiva, las Ong's y las políticas de Gobierno.

Por último, la tercera categoría, ubicada en la Unidad 6, refiere a la noción de crisis. No es posible entender los procesos de planificación, sin dar cuenta de las instancias de crisis a las cuales están expuestas. Por tal razón, se propone el abordaje de los principales conceptos que definen a una crisis desde la construcción teórica de

Luciano Elizalde (1998, 2004, 2005, 2006), estableciendo puntos de conexión con los procesos de planificación de la comunicación.

El conjunto de conceptos propuestos tendrá articulación directa con instancias prácticas y ejercicio de campo, propiciando el estudio de caso y el análisis de la realidad local como estrategias ineludibles de aprendizaje.

## **2. Objetivos**

- \* Establecer puntos de relación entre la llamada sociedad de la información y la necesidad de construir procesos de planificación de la comunicación.
  
- \* Caracterizar la forma que adoptó en América Latina y Argentina la noción de planificación y discutir sobre su campo de acción y nuevos desafíos en el contexto de la región NOA.
  
- \* Identificar y definir los conceptos troncales de los procesos de planificación, operacionalizando acciones en el marco de realidades institucionales contextualizadas.
  
- \* Diagnosticar y ejecutar planes de medios, en función de necesidades institucionales y demandas gubernamentales.
  
- \* Prever, identificar y actuar en escenarios de crisis, planificando acciones para mitigar su impacto.

## **3. Contenidos**

### **Unidad 1. Planificación y Sociedad de la información.**

Sociedad de la información y Planificación. Definiciones e interrelación. Planificar en el contexto de la globalización. La planificación en América Latina, Argentina y la región NOA. Estado de la cuestión, vertientes teóricas y conceptuales. Una mirada epistemológica sobre los procesos de planificación. Los ámbitos de la planificación. Sectores estatal, público y privado.

## **Unidad 2. Planificación. Precisiones conceptuales.**

Hacia una tipología del concepto de planificación. El carácter instrumental de la planificación. Planificación normativa. Planificación estratégica. Planificación, programación y planeamiento. Los niveles operacionales de la planificación. Plan, programa, proyecto, actividad, y tarea. Variables temporales y espaciales. Planificación global y sectorial. Planificación económica. Planificación social. Planificación cultural. Planificación integral. Planificación para el desarrollo.

## **Unidad 3. Planificación y diagnóstico.**

La importancia del diagnóstico en los procesos de planificación. Un mirada desde las ONG's. Auditoría, diagnóstico y políticas de planificación. Definiciones. Sentido y alcance. Observación, Encuestas. Entrevistas. Análisis de Datos. Diagnóstico de la Comunicación. Procedimiento. Pre-Diagnóstico. Problemas y potencialidades. Causas. Actores. Líneas de acción. Autodiagnóstico comunitario. Pasos del autodiagnóstico.

## **Unidad 4. Planificación y procedimiento.**

Planificación y procedimiento. Operacionalización. Objetivos y metas. Recursos. Instrumentos e intervención. Viabilidad y factibilidad. Elaboración de programas y proyectos. El rol del planificador. El proceso de toma de decisiones. Poder y planificación. Técnicos y políticos. Instrumentos teóricos, políticos administrativos y metodológicos. Crítica a la planificación tradición. Manifestaciones del fracaso. La nueva planificación: un espacio multiactoral.

## **Unidad 5. Planificación y medios**

Planificación de medios. Definición. La estrategia de medios. Medios y público objetivo. Inversiones segmentadas. Pauta en medios. Análisis de costos. Costos y audiencias. El rating. Relaciones con la prensa. Sobreinformación, deontología y libertad de empresa. Plan de medios desde la mirada del Estado. Estrategias de comunicación política y generación de consensos. La campaña permanente. La planificación desde ámbitos interrelacionados: Salud y Educación.

## **Unidad 6. Planificación y crisis.**

Planificar en épocas de crisis. Crisis. La función de la comunicación. Definiciones. Variables: Poder, Tiempo, Emociones y Comportamiento. Metodología para la prevención de estados de crisis: escenarios posibles, prevenciones, control y mitigación. Actuación en períodos de crisis. Plan de crisis. Evaluación de la postcrisis. Evaluación de la efectividad de la acción y del escenario usado.

### **4. Metodología**

La metodología de esta propuesta se inscribe en una **Pedagogía dialógica interactiva**. Se parte de la idea que el conocimiento se construye a través del discurso que se produce en la dualidad comunicativa. Es una pedagogía que responde al *hacer* y es a partir de condiciones sociales, de conocimientos previos, de creencias y de estrategias tanto de los participantes como del profesor, que se determinan los materiales adecuados. Este programa se asienta, al mismo tiempo, en un principio de responsabilidad y cooperación, en el que se establece un contrato de buena fe entre el profesor y el alumno, teniendo en cuenta la perspectiva dialógica de la pedagogía.

En términos operativos, el desarrollo de la cátedra implica la articulación entre: a) clases teóricas, b) clases prácticas

a) **Clases teóricas:** Se priorizará el desarrollo de clases expositivas pues se considera que esta técnica permite una mayor comprensión de los nudos teóricos para la posterior lectura, aplicación y evaluación, especialmente en auditorios masivos. Asimismo se emplearán herramientas audiovisuales, como diapositivas o presentaciones en Power Point, para focalizar la atención del alumno y asistir la comprensión.

b) **Clases prácticas:** Se priorizará el trabajo y producción grupal en base a la lectura del material bibliográfico propuesto. Las actividades a realizar serán: la lectura y el debate de la bibliografía con preguntas orientadoras, la exposición grupal y análisis de casos. Para ello, resulta necesario establecer la obligatoriedad de una lectura previa, con el fin de garantizar la comprensión.

## 5. Evaluación

La evaluación final del alumno será producto de:

1. Una evaluación individual de resultado al final de cada cuatrimestre. El alumno deberá responder un cuestionario integrador de los contenidos de la cátedra.
2. Una evaluación grupal permanente. El alumno, reunido en equipos no mayores a cinco personas, deberá cumplir con la presentación de trabajos prácticos propuestos a lo largo del cuatrimestre.
3. Una evaluación grupal final. El alumno, reunido en equipos no mayores a cinco personas, deberá presentar un Trabajo Práctica Final según pautas establecidas oportunamente por la cátedra.

## 6. Requisitos para la promocionalidad

1. Alumnos promocionales: Podrán promocionar la materia los estudiantes que aprueben el 80% de los trabajos prácticos, el trabajo práctico final con nota superior a 7 (siete) y los parciales cuatrimestrales con nota superior a 7 (siete)
2. Alumnos regulares: Podrán regularizar la materia los estudiantes que aprueben el 80% de los trabajos prácticos, el trabajo práctico final con nota superior a 4 (cuatro) y los parciales cuatrimestrales con nota superior a 4 (cuatro) Deberán realizar un examen oral final frente a un tribunal
3. Alumnos libres: Los estudiantes que por uno u otro motivo no cumplieren con los requisitos de promocionalidad y/o regularidad deberán realizar un examen escrito y oral frente a un tribunal. La desaprobación del examen escrito impide pasar a la instancia de exposición oral.

## 7. Extensión

La cátedra impulsará la edición de una publicación *on line* que contenga los trabajos prácticos finales desarrollados por los alumnos. El objetivo será estimular la producción de artículos de investigación según requerimientos de la academia, que aborden problemáticas comunicacionales propias de la región NOA. De igual manera, se llevará a cabo, en el epílogo del ciclo lectivo, una mesa-panel con participación

abierta para debatir temas inherentes a la materia. La convocatoria incluirá a otras universidades e instituciones del Estado.

## 8. Investigación

La cátedra presentará antes las autoridades que correspondan un proyecto de investigación titulado "*Procesos de Planificación de la Comunicación en Salta. Una mirada desde las estrategias del Estado. 1990-2000*" destinado a caracterizar las políticas de planificación, si las hubiera, implementadas en la provincia de Salta. Para ello se solicitará la participación de alumnos interesados en colaborar con el relevamiento bibliográfico y el trabajo de campo. Los hallazgos de la investigación serán incorporados a la cátedra, ya que se articulan con su problemática troncal.

## 9. Bibliografía obligatoria general por unidad

### Unidad 1.

ABATEDAGA, Nidia (2008) "Supuestos teórico epistemológicos de la planificación" en ABATEDAGA, Nidia (comp.) *Comunicación Epistemologías y Metodologías para planificar por consensos*, Córdoba, Editorial Brujas pp, 21-47  
GARCÍA VARGAS, Alejandra; ARRUETA, César; BRUNET, Marcelo, (2009) "Medios Masivos. Tramas y complicidades en Jujuy. Una mirada desde la década del 90", en LAGOS, Marcelo (director) "*Jujuy bajo el signo neoliberal. Política, Sociedad y Cultura en la década del 90*", Jujuy, EDIUNJu, pp, 503-545  
BLANCO, Daniela y GERMANO, Carlos. (2005), *20 años de Medios & Democracia*, Buenos Aires, La Crujía, 207-297.  
FORD, Anibal (2005) *Resto del mundo. Nuevas mediaciones de las agendas críticas internacionales*, Buenos Aires, Grupo Editorial Norma, pp, 19-58  
ONOCKO CAMPOS, Rosana (2007) *La Planificación en el laberinto. Un viaje hermenéutico*, Buenos Aires, Lugar Editorial, pp. 13-34

### Unidad 2.

ANDER-EGG, Ezequiel (2004), *Introducción a la planificación estratégica*, Buenos Aires, Editorial Lumen (Completo)  
URANGA, Washington (2007), *Prospectiva Estratégica desde la Comunicación*, Facultad de Bellas Artes-UNLP, La Plata, 1-58  
ABATEDAGA, Nidia y GONZALEZ, Verónica (2008) "El Proceso de Planificación en Comunicación" en ABATEDAGA, Nidia (comp.) *Comunicación Epistemologías y Metodologías para planificar por consensos*, Córdoba, Editorial Brujas, pp, 173-206  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN-UNIVERSIDAD AUSTRAL (1999) "*Las compañías tabacaleras y la publicidad del cigarrillo*", Buenos Aires, FC-UA, pp, 1-20  
ENZ, Angélica; FANTIN, Roxana, LAHARRAGUE (editoras) (2006) *Comunicar para el cambio social*, Buenos Aires, La Crujía, pp, 27-61

### Unidad 3.

ABATEDAGA, Nidia (2008) "Metodologías para el Análisis de Situación Comunicacional" en ABATEDAGA, Nidia (comp.) *Comunicación Epistemologías y Metodologías para planificar por consensos*, Córdoba, Editorial Brujas, pp-139-166.  
URANGA, Washington et al (1994), *Diagnóstico de la Comunicación*, Buenos Aires, La Crujía Ediciones. (Completo)  
AMADO SUAREZ, Adriana (2008) *Auditoria de la Comunicación*, Buenos Aires, La Crujía. (Completo)  
RITTER, Michael (2008) *Cultura organizacional*, Buenos Aires, La Crujía, pp-95-149

#### Unidad 4.

ANDER-EGG, Ezequiel (2004) *Introducción a la planificación estratégica*, Buenos Aires, Editorial Lumen. (Completo)  
SAINTOUT, Florencia (2001) "Un collage para pensar los debates en torno a la planificación de la comunicación", en *Signo y Pensamiento*, Nro. 38, Volumen XX, Bogotá, pp 12-19  
HERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, Ana (2002), "Planificar la comunicación", en *Revista Latina de Comunicación Social*, Nro. 48, en la siguiente dirección: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina48marzo/4812ajhernandez.htm>  
ENZ, Angélica et al (2006) *Comunicar para el cambio social*, Buenos Aires, La Crujía.

#### Unidad 5.

RIVAL, Horacio (2007), *La planificación de medios y sus herramientas*, Buenos Aires, La Crujía Ediciones, pp 15-93  
AMADO SURAREZ, Adriana (2003), *Prensa y Comunicación. Personas y empresas frente a los medios*, Buenos Aires, Ediciones Macchi, pp-49-74  
ELIZALDE, Luciano et al (2006) *La construcción del consenso. Gestión de la comunicación gubernamental*, Buenos Aires, La Crujía Ediciones, pp, 145-247  
ALONSO, Jorge (1998) *Manual del Rating*, Buenos Aires, Ediciones Letra Buena, pp 9-16  
GONZALEZ LOBO, M<sup>a</sup>. Ángeles y CARRERO LOPEZ, Enrique (1997) *Manual de Planificación de Medios*, Madrid, ESIC Editorial  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN-UNIVERSIDAD AUSTRAL (1999) "EDESUR: El incendio de la Subestación Azopardo 2", Buenos Aires, FC-UA, pp, 1-23  
REY LENNON, Federico y BARTOLI PIÑERO, Javier (2008) *Reflexiones sobre el management de la comunicación*, Buenos Aires, La Crujía Ediciones.

#### Unidad 6.

ELIZALDE, Luciano, (2006), *Asuntos Públicos, escenario público y comunicación. Introducción y conceptos básicos. Edición Revisada y Ampliada*, Buenos Aires, Facultad de Comunicación, Universidad Austral. (Completo)  
\_\_\_\_\_ (2005), *Asuntos Públicos, escenario público y comunicación. Introducción y conceptos básicos*. Buenos Aires, Facultad de Comunicación Universidad Austral, (Completo)  
\_\_\_\_\_ (2004), *Estrategias en las crisis públicas: la función de la comunicación*. Buenos Aires, La Crujía Ediciones, pp, 19-144  
ARRUETA, César, (2006) "Crisis Públicas: la terapia mediática". *Naturaleza, contextos y libertad de expresión* en AGÜERO, Rubén, ARRUETA, César, BURGOS, Ramón (comp.), "Sobresentidos". *Estudios sobre Sociedad, Cultura y Comunicación* EDIUNJu. 2007, pp. 101-128  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN-UNIVERSIDAD AUSTRAL (1999) "Clínica Materno Infantil en Quilmes", Buenos Aires, FC-UA, pp-1-24