

**CARRERA:** Ciencias de la Comunicación**ASIGNATURA:** GESTIÓN Y DISEÑO DE POLÍTICAS EN COMUNICACIÓN SOCIAL**AÑO LECTIVO:** 2024**PLAN DE ESTUDIOS:** 2005**RÉGIMEN DE CURSADO:** ANUAL**DOCENTE RESPONSABLE DE LA CÁTEDRA:**

Docente/s responsable/s	Cargo
<b>María Laura Agüero</b>	ADJ-SEMI con reducción a simple
Nombre del docente	ADJ-SEMI

**AUXILIARES DOCENTES:**

Docente	Cargo
<b>Néstor Cruz</b>	JTP-SEMI
<b>Mariano Caro</b>	AUX1º-SEMI
Nombre del docente	Seleccionar CARGO

**ADSCRIPTOS/AS:**

Francisco Franco Rendón Rea (graduado)

Alfredo Burgos (graduado)

Yanina Aban (graduada)

Romina Bischof (estudiante)

Lourdes Mesa (graduada)

Camila Nessilis (estudiante)

Daniela Emilse Mendez (estudiante)

**HORAS DE CLASES TEÓRICAS Y PRÁCTICAS O TEÓRICO-PRÁCTICAS:**

Teóricas 2 horas semanales .

Prácticas 2 horas semanales.

**CONDICIONES PARA REGULARIZAR LA ASIGNATURA:**

*Condiciones reglamentarias (Resolución H.No. [975/11](#) y modif.): a) Porcentaje de trabajos prácticos, no superior al 75% y parciales aprobados, los cuales en todos los casos deberán contar con la correspondiente recuperación, sin mediar condicionamiento alguno.*

*Se exceptúa de lo dispuesto en la Res.H.no.975/11, aquellas asignaturas cuyas prácticas consisten en la aplicación supervisada por el docente de saberes vinculados al hacer.(Art.4º.Res.H.No.975/11)*

**Regulares:** Regularizarán la materia los estudiantes que aprueben el 100% de los prácticos escritos con valor de examen parcial con 4 (cuatro) o más, cuya modalidad y número se acordaría con anterioridad (y sus instancias recuperatorias), como así también el 75 % de los prácticos

realizados durante el año y la concreción de un trabajo escrito vinculado a la experiencia de campo, y de su defensa oral, cuyo formato y fecha se fijará oportunamente.

### **CONDICIONES PARA PROMOCIONAR:**

Condiciones reglamentarias (Resolución H.No.975/11 y modif.):

*a)Obligatoriedad de asistencia a clases teóricas y teórico-prácticas no inferior al 80%; b) aprobación de Trabajos Prácticos no inferior al 80%, con su correspondiente recuperación, y sin mediar condicionamiento alguno; c) aprobación del 100% de exámenes parciales con recuperación o alternativas equivalentes, sin mediar condicionamiento alguno.*

*La calificación numérica final para obtener la promoción estará comprendida entre 7 (siete) y 10 (diez), de acuerdo a la reglamentación de promoción vigente (Resolución H.No.845/11 y modificatorias)*

Quedarán en situación de promocionar la materia los/as estudiantes que aprobaran el 100% de los prácticos escritos con valor de examen parcial con siete o más (y sus respectivas instancias recuperatorias) y del 80 % de los prácticos restantes. Que cumplieren con los porcentajes de asistencia a las clases teóricas y prácticas no inferior al 80%. La promoción requerirá de la elaboración de un trabajo escrito vinculado a la experiencia de campo, y de su defensa en un coloquio –cuya fecha final se fijará oportunamente y debiera aprobarse con siete o más.

### **ESTUDIANTES LIBRES:**

Condiciones reglamentarias (Resoluciones H.No.975/11, 350/17 y 351/17): *a) no será condicionada la inscripción a examen de los estudiantes libres bajo ningún requisito previo; b) en el caso de que la asignatura establezca como modalidad de examen el carácter teórico y práctico, deberán consignarse explícitamente las actividades prácticas (metodológica, de intervención, investigación y/o producción) que serán necesarias para la aprobación de esta instancia.*

Estudiantes que por uno u otro motivo no cumplieren con los requisitos de promocionalidad y/o regularidad deberán realizar un examen escrito u oral frente a un tribunal. Se considerarán textos de lectura obligatoria los que figuran en la bibliografía explicitada en el programa vigente en el momento del examen.

a. Objetivos

1. Propiciar, desde la gestión de la comunicación, la percepción de la existencia de múltiples y plurales voces aportando a una sociedad más participativa y democrática.
2. Promover la valoración de la significación de la comunicación como una dimensión para la transformación social.
3. Generar en los/as estudiantes pensamiento crítico, conociendo los problemas sociales sobre los que deberán operar desde una perspectiva comunicacional, histórica y desde la coyuntura socio-política en su conjunto.
4. Suscitar procesos de reflexión y análisis vinculados a modelos de desarrollo, y planificación de políticas de comunicación en términos de la contribución a una sociedad más democrática.
5. Fomentar la adquisición e integración de capacidades analíticas, herramientas y nociones para la gestión de procesos comunicacionales en diferentes escenarios y contextos potenciando el rol del comunicador/a como gestor/a, mediador/a y propulsor/a de conciencia crítica.
6. Facilitar la aproximación teórica a diferentes perspectivas de planificación y gestión y, particularmente, de gestión y planificación de procesos comunicacionales, abordando las problemáticas sociales desde su complejidad.

b. Contenidos, organizados por unidades, núcleos, problemas o ejes.

**Contenidos mínimos indicados en el plan de estudios para esta materia:**

“Historia y concepciones acerca de los procesos de planificación. De la planificación económica a la planificación cultural y comunicacional. Planificación normativa y planificación estratégica. El concepto de situación. Planificación y participación. Modelos de desarrollo y directrices de política. Las etapas del proceso de planificación: planes, programas, proyectos y metas. Viabilidad y factibilidad. La planificación y sus nuevos campos de aplicación: planificación institucional y comunicacional, planificación de imagen, planificación mediática. Comunicación y nuevos campos de aplicación: salud, política, educación. Formulación de políticas y diseño de estrategias”<sup>1</sup>.

**Propuesta de organización de contenidos para la materia:**

**UNIDAD I: Tensiones en los modelos de desarrollo, comunicación y planificación.**

Modelos de sociedad. La colonización cultural. Modelos y estrategias de desarrollo. Modelos de intervención y concepciones de la planificación para las distintas estrategias de desarrollo. Perspectiva Comunicacional y su relación con la cultura y políticas públicas y específicamente comunicacionales. Las organizaciones como escenarios de intervención comunicacional.

**UNIDAD II: Procesos de planificación y gestión situados.**

Un recorrido epistemológico de los procesos de planificación. Una mirada desde el pensamiento complejo. América Latina, un escenario complejo. La planificación en

---

<sup>1</sup> Plan de Estudios Carrera de Ciencias de la Comunicación.

América Latina. La gestión como proceso integral. Enfoques de planificación: normativa, estratégica, prospectiva-estratégica. Debates entre los distintos enfoques. Acentos metodológicos propios de cada perspectiva. La intervención en las prácticas sociales desde la comunicación. Rol del comunicador/a en el proceso de planificación.

**Unidad III: El recorrido de la planificación. Metodologías.**

Las etapas del proceso de la planificación de la comunicación. Metodología de la gestión de procesos comunicacionales. La importancia del diagnóstico de comunicación. Tipos de diagnóstico rupturas. Matrices socioculturales, su lectura. Producción discursiva. Estrategias en la planificación de la comunicación.

**Unidad IV: El proceso de planificación de la comunicación en diferentes campos, narrativas y formatos.**

Comunicación, narrativas y formatos digitales en contexto organizacional. Nuevas culturas: redes, internet, celular, apps. La inteligencia artificial. La escena digital. Nuevas estrategias. Campos de aplicación: comunicación y en salud, política, educación. Estudios de casos.

c. Bibliografía discriminada de igual manera que los contenidos.

**Bibliografía obligatoria y complementaria:**

**Unidad I: Tensiones en los modelos de desarrollo, comunicación y planificación.**

- Agüero, María Laura (No publicado) *Matriz para pensar la Gestión y Diseño de Políticas de Comunicación Social en las organizaciones sociales.*
- Armas Castañeda, Segundo (1995) *TAO Políticas y Planificación de la Comunicación en Armas Castañeda, Segundo, Imaginándonos el futuro. La Comunicación como estrategia para el desarrollo.* (Caracas: ILLA Centro de Educación y Comunicación).
- Ceraso, Cecilia; Arrúa, Vanesa (2006) *Aportes de la Comunicación a la Planificación de Procesos de Desarrollo* en UNIrevista (Argentina) Vol. 1, N 3.  
<https://docer.com.ar/doc/xvvnens>
- Gabriel Kaplún. *La participación ya no es lo que será Discursos y prácticas de participación y comunicación entre el siglo XX y el XXI.*  
[http://www.wuranga.com.ar/images/recomendados/08\\_kaplun\\_participacion.pdf](http://www.wuranga.com.ar/images/recomendados/08_kaplun_participacion.pdf)
- Mata, María Cristina (1985), *Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva.* CCE La Crujía, Buenos Aires. <https://rolandoperez.files.wordpress.com/2014/04/la-comunicacion-masiva.pdf>
- Mata, María Cristina (2011), *Comunicación popular. Continuidades, transformaciones, desafíos.* Revista Oficios Terrestres. UNLP. La Plata.  
<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/oficiosterrestres/article/view/982>
- Mele, Marcos, Mgtr. (2021) *Módulo IV El pensamiento Nacional y Latinoamericano y la Comunicación en Diplomatura Universitaria en Comunicación Popular y Fortalecimiento Comunitario.* Universidad Nacional de Lanus, Departamento de Humanidades y Artes /Ministerio de Desarrollo Social Argentina. <http://1hNKEDGWzUKaUBpGY7U5xHigEklAkaINy>
- Müller, Ana; Agüero, María Laura (2021) en Rincón, Omar (editor) *La comunicación popular en y desde los territorios en Culturas Bastardas: entre lo popular y los coolture.* Prometeo. Argentina.

- URANGA, Washington (2016). *Conocer, transformar, comunicar*. Ed. Patria Grande, Buenos Aires, pp. 27-58, 227-233.  
[http://taoppcomunicacion.weebly.com/uploads/6/9/3/8/6938815/uranga\\_conocer-transformar-comunicar-27-58.pdf](http://taoppcomunicacion.weebly.com/uploads/6/9/3/8/6938815/uranga_conocer-transformar-comunicar-27-58.pdf)
- Uranga, Washington () *Sin Comunicación no hay política pública democrática*.

#### **Unidad II: Procesos de planificación y gestión situados.**

- Cruz, Néstor Rodolfo (2022). *De las organizaciones mecanicistas a las desorganizaciones conversadas*. En Doctorado en Comunicación Social, Universidad Nacional de Córdoba. Córdoba, Argentina.
- Huertas B, Franco (2006) *Planificar para gobernar: el método PES, entrevista a Carlos Matus*. Argentina: Universidad Nacional de La Matanza, Fundación GIGOB, Fundación ALTADIR.
- Iglesias, Martín; Pagola Cecilia, Urgana, Washington (2012) *Enfoques de Planificación*. Cuadernos N 5 Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNPL.
- Massoni, Sandra (2007) *Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido*. Santa Fe, Argentina: Homo Sapiens Ediciones.
- Mata, Marita (...) *Diagnosticar también es pensar la comunicación argentina*. La Crujía.
- Matus, Carlos (2007) *MAPP Método ALTADIR de Planificación Popular*. Argentina Editorial.
- Mojica, Francisco José (2005) *La construcción del futuro, concepto y modelo prospectiva estratégica, territorial y tecnológica*. Bogotá, Colombia: Universidad Externado de Colombia, Convenio Andrés Bello.
- Morin, Edgar (2007) *Introducción al pensamiento complejo* (España: Gedisa Editorial).
- URANGA, Washington (et.al.) (2020) coordinado por Washington Uranga y
- Teresita Vargas. Cap. I *Intervenir en las prácticas sociales. Reflexiones desde la comunicación*. FPyCS-UNLP.
- URANGA, Washington (2016), *Conocer, transformar, comunicar*. Ed. Patria Grande, Buenos Aires, pp. 15-25, 189-207.
- Yacobazzo, Susana (...) *Planificación Estratégica. Abordaje integral de problemáticas sociales en el ámbito comunitario*. Argentina: Ministerio de Desarrollo Social, Universidad Nacional de Lanus.

#### **Unidad III: El recorrido de la planificación. Metodologías.**

- Adichie, Chimamanda Ngozi (2009). *El peligro de la historia única*. Literatura RandomHouse, Buenos Aires.
- Algranati, Santiago; Bruno, Daniela; Iotti, Andrea (2012) *Mapear actores, relaciones y territorios. Una herramienta para el análisis del escenario social. Cuadernos de Cátedra N/3* (Argentina: Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP)
- Apella, Gabriel; Huarte, Cecilia; Vargas, Teresita (2020). Análisis situacional. Procesamiento de la información y conclusiones (Cap. III), en *Planificación y gestión de procesos comunicacionales*. Intervenir desde las prácticas sociales. Reflexiones desde la comunicación, FPyCS – UNLP, coordinado por Uranga Washington y Vargas Teresita.
- Contreras Baspineiro, Adalid. (2018) *Recordar el futuro, planificación de la comunicación desde la comunicación*. Edit. Universidad SURCOLOMBIANA. Colombia.

- Contreras Baspineiro, Adalid. (2017) *Planificar la comunicación desde las mediaciones*. Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo. Vol.2, N5.
- Godet, M. (2000) *La caja de herramientas de la prospectiva estratégica*. Cuadernos de LIPS, París. Disponible en: [http://citep.rec.uba.ar/ubatic/wp9content/uploads/2011/06/ProspectivaHerramientas\\_godet.pdf](http://citep.rec.uba.ar/ubatic/wp9content/uploads/2011/06/ProspectivaHerramientas_godet.pdf).
- Massoni, Sandra (2007) *Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido*. (Santa Fe, Argentina: Homo Sapiens Ediciones).
- Mata, Marita (...) *Diagnosticar también es pensar la comunicación* (Argentina: La Crujia).
- Uranga, Washigton (...) *Mirar desde la comunicación, una manera de analizar las prácticas sociales*. (La Plata: Universidad Nacional de la Plata).
- Uranga, Washington (2009) *El sentido de las técnicas en el diagnóstico desde la Comunicación*. (La Plata: Universidad Nacional de la Plata).
- URANGA, Washington (...) *Planificación y gestión de procesos comunicacionales, una propuesta académica con la mirada puesta en las prácticas sociales*. (...)
- Uranga, Washington () *Prospectiva Estratégica desde la Comunicación*. La Plata: Universidad Nacional de la Plata.

**Unidad IV: El proceso de planificación de la comunicación en diferentes campos, narrativas y formatos.**

- Amado Suárez, Adriana [et al.] (2022) *Narrativas digitales : redes, tendencias y memes*. Konrad Adenauer Stiftung. Argentina.
- Bordenave, Juan Luis (...) *Guía de Planificación participativa de estrategias de comunicación en salud* (Paraguay: Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social; UNICEF; Organización Panamericana de la Salud).
- Díaz, Pablo; Díaz, Víctor (2011). Educación, movimientos sociales y comunicación popular, *Polis Revista Latinoamericana*, N28.
- Huergo, Jorge (2000) *Documentos de la Cátedra Comunicación y Educación*. Prácticas de Campo (La Plata: Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP).
- Serie *Comunicación y Salud desde una perspectiva de derechos*. Guía de comunicación para equipos de salud. Ministerio de Salud de la Nación Argentina.
- Rincón, Omar (2021) *Culturas Bastardas la re-invencción de lo popular en perspectiva de la coolture* en Culturas Bastardas entre lo popular y lo coolture. Prometeo libros. Argentina.
- Uranga, Washigton, Femia Gaston, Diaz, Hernán (.....) "Acerca de la práctica social de los comunicadores, consideraciones teóricas, metodológicas y políticas. Una mirada sobre comunicación y salud" en *Intercultural.com* (.....).
- Washington Uranga, Teresita Vargas, Mariana Guastavino, et all (2017) *Gestionar lo público desde el INTA* (Ediciones Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria), Argentina
- Carrasco, Lisandro; Tricarico, Romina [et al]. (2020) *Identidad digital: cómo administrar la presencia en la red*. Konrad Adenauer Stiftung. Argentina.

- d. Relaciones interdisciplinarias, con las cátedras de la Facultad y/o de la Universidad con los que se prevea coordinar actividades.  
Se prevén actividades conjuntas con las cátedras de: Comunicación Popular y Comunitaria; Publicidad; Estado poder y medios; Instituciones y grupos; Publicidad.

- e. Actividades de investigación y/o extensión, que se prevea iniciar o continuar a lo largo del año o cuatrimestre.

Las actividades de extensión se encuentran vinculadas al trabajo de campo propuesto por la cátedra, que en este año se vinculará a un proyecto comunicacional realizado en organizaciones de la sociedad civil vinculadas al campo popular. Con estas organizaciones los y las estudiantes trabajaron durante el año diseñando un proceso de comunicación con la organización para entregarles a fin de año una propuesta de comunicación consensuada con la misma. Este trabajo implica un diagnóstico inicial y participativo, y el diseño de estrategias comunicacionales que es presentado a la organización con la que trabajaron.

Articulación con Secretaría de Fortalecimiento Socio Comunitario, dependiente del Ministerio de Desarrollo Social de la Provincia.



María Laura Agüero  
Docente adjunta