

PARANÁ, 18 de junio de 2025

VISTO el DOCU-FCEDU-UER: 963/2025, iniciado por la Lic. Paula KINDSVATER, y

CONSIDERANDO:

Que mediante el mismo propone la implementación, durante el segundo cuatrimestre del presente año lectivo, del módulo “Comunicación Institucional”, como oferta académica de la cátedra “Problemas Contemporáneos de la Comunicación” de la carrera de Licenciatura en Comunicación Social.

Que dicha propuesta apuesta a una concepción integral, situada y estratégica de la comunicación institucional y propone realizar un repaso por diversos aportes teóricos así como dar a conocer una metodología de análisis y acción.

Que tomó intervención Secretaría Académica y Coordinación de Carrera, acordando con la pertinencia y relevancia de la propuesta.

Que este Cuerpo es competente para resolver sobre el particular

Por ello,

EL CONSEJO DIRECTIVO DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Aprobar, por los motivos expuestos ut supra, la implementación -durante el segundo cuatrimestre del presente ciclo lectivo- del módulo “Comunicación Institucional” como propuesta académica de la cátedra “Problemas Contemporáneos de la Comunicación” de la carrera de Licenciatura en Comunicación Social, cuyo programa obra como anexo único de la presente.

ARTÍCULO 2º.- Precisar que el desarrollo del módulo aludido en el artículo precedente, estará a cargo

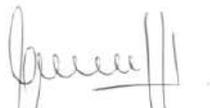
///

/// de la Lic. Paula KINDSVATER y la Lic. Florencia BRUNO

ARTÍCULO 3º.- Especificar que la efectiva implementación de las propuestas para la asignatura “Problemas Contemporáneos de la Comunicación” de la carrera de Licenciatura en Comunicación Social, quedará sujeta a la inscripción de OCHO (8) estudiantes como mínimo.

ARTÍCULO 4º.- Regístrese, comuníquese, publíquese en el Digesto Electrónico de la Universidad y, cumplido, archívese.

RESOLUCIÓN “C.D.” Nº **163/25**



Prof. Mariana Edith CAPP
Jefe División Consejo Directivo

Dra. Aixa BOEYKENS
Decana

Documento ORIGINAL firmado digitalmente

RESOLUCIÓN "C.D." Nº 163/25

ANEXO ÚNICO

**Seminario de Problemas Contemporáneos de la Comunicación:
"Comunicación Institucional"**

Carrera: Licenciatura en Comunicación Social (plan 1998) | Tronco común de 4º año

Tipo de materia: Seminario optativo

Duración: Cuatrimestral

Cuatrimestre: Segundo cuatrimestre 2025

1 - EQUIPO DOCENTE:

El equipo de cátedra estará conformado por DOS (2) integrantes del Área de Comunicación Institucional y docentes de esta casa de estudios:

- **Paula KINDSVATER:** Licenciada en Comunicación Social, maestranda en Comunicación e Imagen Institucional (UCAECE - Fundación W. Benjamin), coordinadora del Área de Comunicación Institucional de la FCEDU-UNER. Docente de *Comunicación Institucional* en la Tecnicatura en Gestión Cultural. Docente del *Taller de Especialización II: Audio* de la Licenciatura en Comunicación Social.
- **Florencia BRUNO:** Licenciada en Comunicación Social, integrante del Área de Comunicación Institucional de la FCEDU-UNER, estudiante de la Tecnicatura en Programación y docente de Alfabetización Digital en el Departamento de la Mediana y Tercera Edad.

2 - FUNDAMENTACIÓN

La comunicación institucional es una dimensión fundamental en la interacción de las organizaciones con su entorno, en sus conversaciones y relatos internos, en la búsqueda de decir lo que las organizaciones son, lo que hacen y lo que proyectan. Esto supone, de modo sostenido y en crecimiento, un área de gran relevancia para el desempeño profesional de las comunicadoras y los comunicadores. Organismos estatales, empresas, ONGs, microemprendimientos o proyectos de tipo autogestivo necesitan de la gestión comunicacional para entablar relaciones con diferentes actores, afrontar necesidades y demandas propias y del contexto en el que se insertan (Uranga: 2004).

Partiendo del reconocimiento de ese escenario, la propuesta de este Seminario de Problemas Contemporáneos de la Comunicación descansa en dos aspectos fundamentales. En//

/// primer lugar, consideramos la comunicación institucional como una serie de prácticas cuya configuración es compleja, procesual y cargada de tensiones, apartándonos de las tendencias que la conciben como un conjunto de técnicas trasladables y plausibles de ser aplicadas de modo automático. En segundo lugar, comprendemos a la comunicación institucional como estratégica en la vida de las organizaciones, en tanto son “espacios sociales donde los sujetos producen interacciones comunicativas atravesadas por relaciones de poder, a la vez que desarrollan formas de trabajo con miras a lograr los objetivos que comparten” (Abatedaga, 2008:45).

Aunque a lo largo de la Licenciatura en Comunicación Social de la FCEDU-UNER la dimensión de la comunicación institucional aparece en algunas bibliografías, el plan de estudios¹ no contempla una materia específica dedicada a los temas y abordajes que proponemos en este recorrido. En este sentido, consideramos que el presente seminario de Problemas Contemporáneos de la Comunicación se compromete con la reflexión en torno a la comunicación en las organizaciones, al mismo tiempo que responde a una necesidad de formación del estudiantado acorde a la demanda laboral actual en comunicación: según los datos arrojados por la encuesta a graduados y graduadas de la Licenciatura en Comunicación Social de nuestra casa de estudios, la principal inserción profesional de comunicadores, actualmente, se desarrolla en áreas de comunicación institucional de organizaciones estatales, privadas y del tercer sector.

El estudio en torno a la comunicación institucional cuenta con un corpus teórico heterogéneo –a la vez que fragmentario– que supone el cruce de aportes de las teorías de la comunicación, cibernética, psicología, economía, diseño, entre otras. No obstante, comprender sus conceptos está estrechamente ligado al hacer: no es sino hasta encontrarse dentro de las prácticas concretas de las propias instituciones que podemos conocer cómo se ponen en juego sus nociones. Al respecto, no existen recetas ni modelos a seguir sino configuraciones particulares de cada lugar, realidades con las que el comunicador y la comunicadora deberán trabajar cada vez. Como afirma Juan Jaramillo, “Las estrategias se diseñan y trazan a la medida de los problemas o resultados esperados porque así estos parezcan iguales o sean //

¹ Como consecuencia de la complejidad que ha cobrado este campo disciplinar en los últimos años, que trasciende ampliamente las concepciones de la prensa institucional, distintas carreras de Comunicación Social de Universidades Nacionales en Argentina actualizaron sus planes de estudios, o ampliaron sus propuestas de formación, incluyendo perspectivas de la comunicación institucional y de las organizaciones. Por mencionar algunos ejemplos, en la Universidad Nacional de La Plata, la Licenciatura en Comunicación Social cuenta, entre sus dos posibles terminalidades, con la orientación Planificación y gestión de la comunicación en las organizaciones; la Universidad Nacional de Rosario incluye las materias Comunicación Estratégica I y II y la Universidad Nacional de Córdoba, por su parte, contempla la orientación en Comunicación Institucional en el plan de la Licenciatura y es la primera universidad en ofrecer una carrera de posgrado específica: la Maestría en Comunicación Institucional Digital.

/// similares, siempre tienen un alto grado de especificidad que determina matices y aspectos particulares que deben ser tenidos en cuenta. No existen fórmulas ni estrategias «prototipo», «modelo» o «plantilla» que puedan ser aplicadas de manera indiscriminada o generalizada.” (2011:14).

Desde este seminario, entonces, apostamos a una concepción integral, situada y estratégica de la comunicación institucional. Proponemos realizar un repaso por diversos aportes teóricos así como dar a conocer una metodología de análisis y acción. También trabajaremos con la presentación de casos y exploraremos herramientas propias de los ámbitos de comunicación en diferentes organizaciones. Procuraremos que los y las estudiantes puedan hacer confluir los conocimientos de otras materias, motivando también a realizar sus propios recorridos según intereses y áreas de inserción laboral actuales o deseadas.

3 - OBJETIVOS

- Brindar una introducción a los principales temas y problemas de la comunicación institucional.
- Generar un espacio de discusión y reflexión sobre la comunicación institucional y su rol en las organizaciones.
- Trabajar las dimensiones de la comunicación institucional desde sus fundamentos teóricos y a través de casos prácticos que permitan conocer este campo en acción.
- Fomentar la perspectiva crítica, comprometida y ética en el trabajo en las instituciones.
- Aportar conocimientos y herramientas que contribuyan a la práctica profesional de los futuros egresados y futuras egresadas en las instituciones.

4 - CONTENIDOS

Núcleo Temático I

Instituciones y organizaciones.

Aproximación a diferentes enfoques de la comunicación institucional según los tipos de organizaciones.

Hacia una mirada integral de la comunicación y su importancia en la gestión de procesos organizacionales.

Núcleo Temático II

Profundización teórica y práctica en nociones centrales para la gestión comunicacional: identi-//

///tidad, cultura, imagen, canales-medios, públicos. Ámbitos y acciones propias de la comunicación institucional.

Núcleo Temático III

Planificación de la comunicación. La importancia del diagnóstico. Problemas y objetivos de comunicación. Estrategias. Evaluación. Exploración de casos.

Núcleo Temático IV

Herramientas para la gestión y el diseño de la comunicación, énfasis en las características de la comunicación institucional en el ámbito digital: redes sociales, narrativas, interacción y plataformas web.

5 - MODALIDAD DE TRABAJO

El seminario se desarrollará UNA (1) vez por semana, en el tiempo previsto para la materia. El cursado, de modalidad presencial, se complementará con actividades virtuales en el campus donde incorporamos un corpus importante de material digital con debates y casos. Las clases tendrán momentos expositivos y puestas en juego de lo conceptual a través de ejercicios de observación, análisis y proposición, y la realización de TRES (3) trabajos prácticos y un trabajo final.

Nos interesa que sea un espacio que permita pensar y actuar en los contextos locales, atendiendo a sus características, problemáticas y necesidades. Es por ello que en la presentación de experiencias así como en la selección de casos para el desarrollo de los TP, se priorizará atender a organizaciones de la ciudad o localidades cercanas. Durante el transcurso de todas las unidades, el trabajo teórico irá de la mano de la socialización de experiencias de graduadas y graduados que trabajan en comunicación y salud; comunicación de gobierno e instituciones estatales; comunicación y cultura en organizaciones públicas y privadas; comunicación en ONG y fundaciones sin fines de lucro; comunicación empresarial.

6 - EVALUACIÓN

A lo largo del cursado se dará lugar a una serie de actividades prácticas que, junto con la realización de un trabajo final integrador de diagnóstico y planificación de la comunicación en una organización local, constituirán el modo de evaluación del seminario.

El trabajo práctico será preferentemente de carácter grupal y se valorará no sólo la apropiación y claridad conceptual sino también la pertinencia y coherencia del análisis y las ///

/// estrategias propuestas.

Además, durante todo el cuatrimestre se tendrá en cuenta el grado de participación e interés de las y los estudiantes, la capacidad de comprensión y reflexión acerca de las temáticas abordadas.

La regularidad se alcanzará con la presentación del total de actividades requeridas por la cátedra a lo largo del cuatrimestre y la aprobación del trabajo final con un mínimo de Bueno (6). La promoción, por su parte, requerirá la presentación del total de actividades así como la defensa y aprobación del trabajo final en un coloquio oral, con una nota promedio no menor a Muy Bueno (7). No se admitirá la evaluación en condición de libre.

7 – BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía obligatoria

- ABATEDAGA, Nidia (Comp.) (2008); Capítulo II “Paradigmas para el Análisis de Instituciones y Organizaciones” en *Comunicación: epistemología y metodologías para planificar por consensos*. Editorial Brujas, Córdoba. Págs. 43 a 68.
- AMADO SUÁREZ, Adriana [et al.] (2008). *Auditoría de comunicación*. Crujía. Buenos Aires.
- AA.VV (2016). *Del mito a la realidad. Diez desafíos de la Comunicación Interna*. Compilación de artículos realizada por la Comisión de Agencias y Consultores de la Ciudad de Buenos Aires, de la Asociación Argentina de Comunicación Interna.
- BORAGINA, Marcela [et al.] (2021). *El universo de las estrategias y productos comunicacionales Un itinerario posible para recorrerlo, conocerlo, construirlo y disfrutarlo* (2021). UNLP-FPyCS. La Plata.
- CAPRIOTTI, Paul. (2013) *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa*. Instituto de Investigación en Relaciones Públicas. Málaga.
- ----- (2009). *Branding corporativo. Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa*. Libros de la Empresa. Santiago de Chile.
- ----- (2007). *De los Media/Canal a los Media/Público: la relación de las organizaciones con los medios de comunicación desde la perspectiva de las relaciones públicas*. Publicado en Hologramática. Facultad de Ciencias Sociales. UNLZ. Año IV, Número 6, V2, pp. 19 - 32.
- CHAVES, Norberto. (1994). *La imagen corporativa: Teoría y metodología de la identificación institucional*. Gustavo Gilli. México.

///

///

- COSTA, Joan. (2003). *Imagen corporativa en el siglo XXI*. La Crujía. Buenos Aires.
- ----- (1992). *Imagen pública: una ingeniería social*. Fundesco. Madrid.
- ETKIN, Eugenia (comp.) (2020). *Gestión de la Comunicación para Organizaciones*. La Crujía. Buenos Aires.
- GONZÁLEZ FRÍGOLI, Martín [et al.] (2016). *Gestión de la Comunicación Digital. Miradas, procesos y desafíos*. Cuaderno de cátedra. Ediciones de Periodismo y Comunicación. UNLP-FPyCS. La Plata.
- IOTTI, Andrea. GIANFRINI, María Flor. (2014). *Las prácticas de los comunicadores. Diseño de estrategias y propuestas de intervención desde la comunicación. Documento orientador para el trabajo de campo*. Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales – Cátedra II. UNLP – FPyCS. La Plata.
- JARAMILLO LOPEZ, Juan (2011). “¿Comunicación estratégica o estrategias de comunicación? El arte del ajedrecista”. Documento presentado en el VII Simposio Latinoamericano de Comunicación Organizacional *Comunicación Estratégica o Estrategias de Comunicación, he ahí la cuestión del DIRCOM*, septiembre de 2011. Universidad Autónoma de Occidente. Cali.
- SCHVARSTEIN, Leonardo. (2007). *Diseño de organizaciones. Tensiones y paradojas. Paidós. Buenos Aires*.
- (2001). *Psicología social de las Organizaciones*. Paidós. Buenos Aires.
- SCHVARSTEIN, Leonardo. ETKIN, Jorge (1995) *Identidad de las organizaciones: invariancia y cambio*. Paidós. Buenos Aires.
- UNICEF Argentina (2006). *Cuadernillos 2, 4 y 6*. Colección Comunicación y Desarrollo. UNICEF-Argentina. Buenos Aires.
- URANGA, Washington. (2012) *Gestión comunicacional del cambio: el desafío de lo público*. Ponencia presentada en las Terceras Jornadas de Comunicación Institucional, Primer Encuentro Nacional de Cátedras de Comunicación Institucional y Planificación de la Comunicación (RedCom), 12 y 13 octubre de 2012. Tucumán.
- ----- (2011) *Para pensar las estrategias en la planificación desde la comunicación*. Disponible en http://www.wuranga.com.ar/images/propios/05_pensar_estrategias.pdf

Bibliografía complementaria

- AMADO SUÁREZ, Adriana. CASTRO, Carlos Raúl (1999). *Comunicaciones públicas. El ///*

/// modelo de la comunicación integrada. Temas Grupo Editorial. Buenos Aires.

- AA.VV (2010) *Manual de gestión de la comunicación en situaciones de crisis*. ICETEX. Colombia.
- BRUNO, Daniela. DEMONTE, Flavia. (2016) “La planificación como narrativa argumentativa de construcción de un mundo compartido” en: *Cuaderno de Cátedra Planificación y Comunicación: perspectivas, abordajes y herramientas*. FPyCS-UNLP. La Plata.
- DEMONTE, Flavia. IOTTI, Andrea. (2016), “Enfoques metodológicos de planificación en América Latina. Racionalidades subyacentes” en: *Cuaderno de Cátedra Planificación y Comunicación: perspectivas, abordajes y herramientas*. FPyCS-UNLP. La Plata. ETKIN, Eugenia (Comp.) (2019). *Gestión de la comunicación para organizaciones*. Crujía. Buenos Aires.
- JARAMILLO, Juan (2004). *Modelo de Comunicación Pública Organizacional e Informativa para Entidades del Estado, MCPOI*. USAID/Casals & Associates Inc. Bogotá.
- KAPLÚN, Mario. (2002). “Seis maneras de pensar la imagen organizacional” Ponencia presentada en el VI Congreso de ALAIC - Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. Santa Cruz de la Sierra, Bolivia, junio 2002.
- MASSONI, Sandra. (2007). *Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido*. Homo Sapiens Ediciones. Rosario.
- MATUS, Carlos. (2006). *MAPP. Método Altadir de Planificación Popular*. Lugar Editorial. Buenos Aires.
- URANGA, Washington (2005) *La comunicación es acción. Comunicar desde y en las prácticas sociales*. Disponible en http://www.wuranga.com.ar/images/propios/27_accion_construccion_mayo2018.pdf
- (2004) *La comunicación como herramienta de gestión y desarrollo organizacional*. Texto presentado en la Semana de Comunicación en las Organizaciones, 24 al 27 de agosto de 2004. Rosario. Disponible en http://www.wuranga.com.ar/images/propios/15_herramienta_gestion.pdf

La bibliografía detallada es de carácter general y puede ser ampliada con lecturas complementarias y específicas según los casos de análisis y las problemáticas que sean discutidas en el transcurso del seminario.
