



Departamento de Ciencias de la Comunicación
UNIVERSIDAD NACIONAL DE RÍO CUARTO
FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

Departamento: Ciencias de la Comunicación

Carrera: Licenciatura en Ciencias de la Comunicación

Asignatura: Planeamiento (6158)

Año: 2024

Régimen de la asignatura: Anual

Asignación horaria semanal: 4 hs teórico prácticas

Asignación horaria total: 180 hs.

Profesora Responsable: Claudia Kenbel

Ayudante alumna: Comunicadora Social Carla Gambloch

Año académico: 2024

Lugar y fecha: Río Cuarto, 05 de abril de 2024.

1. FUNDAMENTOS

La planificación en general y de la comunicación en particular, constituye una forma de proyectarse hacia el futuro, un pensar en qué se quiere lograr y cómo a partir de conocer la realidad de la cual partimos. En este marco, se conciben los procesos de comunicación y se diseñan intervenciones sociales.

En el proceso de enseñanza aprendizaje se avanza en la problematización de aquellos aspectos que permiten una comprensión de la complejidad y diversidad implicadas en el proceso de planificación y sus interrelaciones. Algunos de ellos son los siguientes:

- Las distintas corrientes de la planificación que emergieron en diferentes procesos históricos y asociados a actores diversos como un modo de situar a los estudiantes en lo que implica la planificación como campo disciplinar y de prácticas. Desde allí el énfasis se centrará en la planificación de procesos comunicacionales.

- Un reconocimiento de las problemáticas sociales y de los actores involucrados a los fines de permitirles a los estudiantes una mejor inserción en ellas y el desarrollo de acercamientos y prácticas durante el año académico.

Departamento de Ciencias de la Comunicación

- Asimismo, la identificación y reflexión de las acciones comunicacionales más calificadas que permiten a las organizaciones sociales alcanzar de la mejor forma sus objetivos o dar respuestas a las problemáticas que atienden.

Esta forma de abordar los diagnósticos dentro de los procesos de planeamiento de la comunicación apunta al reconocimiento de las acciones comunicacionales con voluntad de incidencia pública (ACVIP) que pueden llegar a ser replicables en contextos de aplicación similares. Para ello, en la fase de programación, se buscará establecer las estrategias que permitan poner en circulación los mensajes que orienten un cambio en las prácticas de aquellos actores sociales o políticos destinatarios de los mismos.

Acompañando este enfoque amplio de comprensión y aplicación del planeamiento de la comunicación y sus diversas posibilidades profesionales, se incursiona también en las perspectivas teóricas actuales de entender a la comunicación de las organizaciones con incidencia en el espacio público.

De esta manera, se brindará una visión de los distintos aspectos, formas de abordaje y análisis que tienen lugar en el proceso de la planificación de la comunicación. Se buscará que los estudiantes avancen en la identificación de las partes esenciales que componen los distintos momentos de la planificación y su estrecha vinculación con variables del contexto general y específico a la cual pertenecen las organizaciones o ámbitos objeto de estudio.

2. OBJETIVOS

Conocer, comprender y aplicar los distintos abordajes teóricos, metodológicos y prácticos de la planificación y en particular de la planificación de la comunicación a través de experiencias compartidas entre estudiantes, docentes y actores sociales diversos.

3. CONTENIDOS

Los contenidos mínimos se focalizan en a) el reconocimiento y la comprensión de las distintas posibilidades que brinda el planeamiento en sus diversas perspectivas y momentos; b) el pensar a la comunicación en el marco del proceso de planeamiento, profundizando en la perspectiva de la comunicación para la incidencia en el ámbito social y político.

UNIDAD I: Planeamiento: concepto y cuestiones básicas.

Contexto general histórico del surgimiento de la Planificación. Tipos de planificación. Tendencias actuales latinoamericanas y nacionales. La planificación estratégica. La perspectiva de derechos y necesidades en la planificación social. Políticas públicas, comunicación e incidencia.

Las intervenciones en las prácticas sociales desde el Estado, las organizaciones sociales y las empresas. Las organizaciones de la sociedad y la importancia de su planificación. Características y tipos de organizaciones.

UNIDAD II: Distintas maneras de entender a la comunicación

La Comunicación en las organizaciones. Antecedentes de la Planificación en Comunicación. Características, modalidades y tipos de la comunicación en las organizaciones y los movimientos sociales desde una perspectiva histórica. El

Departamento de Ciencias de la Comunicación

contexto social, cultural, económico y político en la definición de sus funciones y propósitos. La comunicación estratégica desde la perspectiva de los derechos humanos. De la comunicación para el desarrollo a la comunicación para la Incidencia. Acciones comunicacionales con voluntad de incidencia pública (ACVIP).

UNIDAD III: Los momentos de la Planificación estratégica situacional. Parte I

Momento normativo/conceptual: el marco teórico que orienta y organiza la mirada de los actores y del/la planificador/a

Momento explicativo: el diagnóstico conceptos y características. El análisis de la realidad, la identificación de problemas de comunicación, de prioridades y tendencias en las organizaciones. La identificación y sistematización de las acciones comunicacionales con voluntad de incidencia pública (ACVIP). La identificación de las principales dimensiones contextuales y competencias de los actores de las organizaciones en el ejercicio de las Acciones comunicacionales con voluntad de incidencia pública (ACVIP). Elaboración del informe de diagnóstico.

UNIDAD IV: Los momentos de la Planificación estratégica situacional. Parte II

Momento normativo/prospectivo: La construcción del futuro deseado: prospectiva y escenarios

La programación de actividades: conceptos principales. Niveles de programación. Dimensiones política, administrativa y organizacional. Atributos estratégicos de la programación: integralidad, articulación, participación, etc.

Momento estratégico: Las Estrategias, concepto, tipos, contexto y formulación. Análisis de soluciones, alternativas y ponderaciones: las estrategias de las ACVIP y las estrategias de circulación de los mensajes. Objetivos y metas.

UNIDAD V: El diseño de proyectos sociales

Momento táctico-operacional: El proyecto, concepto y diseño. Principios, propósitos, logros, actividades, recursos, calendarización, presupuestación: su operacionalización, organización, coordinación, control y monitoreo.

Factibilidad y aceptación de los proyectos. Atributos estratégicos de la programación: integralidad, articulación, participación, etc. La Gestión en el Planeamiento de la comunicación.

Evaluación: proceso evaluativo. Conceptos principales. Objetivos. Principios. Responsables. Periodicidad. Tipos de evaluaciones. Instrumentos de evaluación. Informe de evaluación.

4. METODOLOGIA DE TRABAJO

El dictado de las clases se organiza en torno a encuentros semanales que irán intercalando propuestas conceptuales, situaciones prácticas y visitas de referentes en torno a ejes convocantes por cada unidad. Los textos serán acompañados con guías de lectura de realización individual. Así mismo, en los encuentros prácticos se avanzará en la elaboración de un proceso de planificación de la comunicación vinculado a una organización o experiencia seleccionada a tal fin. Se orientará a los/las estudiantes en el abordaje de la realidad en la que se introduce la práctica del planeamiento en terreno, se realizarán intercambios de experiencias y análisis de casos que orienten el proceso de aprendizaje. La duración del trabajo es anual y se acompañará con entregas parciales pautadas a partir de una Guía de Trabajo Final.

Departamento de Ciencias de la Comunicación

Actividades a cumplimentar durante el desarrollo del curso

TRABAJO PRÁCTICO GRUPAL

Los/las estudiantes podrán conformar grupos de trabajo para la elaboración de un Trabajo Práctico Integrador que se desarrollará durante el cursado de la asignatura. El seguimiento y el acompañamiento de la docente en el desarrollo del “Trabajo Práctico” se realizan en los encuentros semanales y en los horarios de consulta pactados para tal fin. El “Trabajo Práctico” reviste carácter de final e integrador, y finaliza con su presentación escrita en la última semana del segundo cuatrimestre académico. Se establecen fechas de entrega de “Avances Parciales del Trabajo Práctico”. Las entregas se realizaron en tiempo y forma según lo establecido por la cátedra.

TRABAJOS INDIVIDUALES

Los trabajos escritos individuales, en respuestas de las guías de lecturas, son pautadas con una frecuencia semanal o quincenal a los fines de que cada estudiante pueda ejercitarse en el manejo conceptual de los materiales teóricos dispuestos por la cátedra y la capacidad de aplicación en la realidad de los conceptos desarrollados.

5. EVALUACION

5.1. REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DE LAS DIFERENTES CONDICIONES DE ESTUDIANTE (regular, promocional, vocacional, libre).

Alumnos promocionales:

- a) Asistencia a un 80% a las clases teóricas-prácticas.
- b) Aprobar con una calificación promedio de siete (7) las evaluaciones parciales escritas e individuales (2) y sus respectivos recuperatorios (2), sobre los contenidos establecidos en el programa. Primer parcial al finalizar las unidades 1, 2 y 3. Segundo parcial al finalizar las unidades 4 y 5. Se evaluará el conocimiento, comprensión teórica - práctica de las perspectivas y momentos del planeamiento comunicacional en las organizaciones situadas en un contexto social y político determinado.
- c) Aprobar el Trabajo Práctico Final con una nota no inferior a cinco (7). Aunque se trata de un trabajo práctico grupal y como tal merece una nota en conjunto, esa nota podrá variar para cada uno de los integrantes del grupo, según el grado de interés, participación, juicio, conocimientos puestos de manifiesto a través de las intervenciones y la calidad de los aportes, además de la capacidad de exponer, fundamentar, explicar, argumentar, trabajar en conjunto, manejo de la diversidad de criterios e intereses y defensa individual del trabajo realizado en equipo.
- d) Aprobar un coloquio final oral y grupal, de carácter integrador con una calificación no menor a siete (7) que garanticen los logros de las capacidades y habilidades más relevantes que den cuenta del dominio conceptual y metodológico de la asignatura. Este coloquio se realizará con posterioridad de la entrega del trabajo práctico final de planeamiento, el cual deberá estar terminado y aprobado una semana antes de la culminación del año académico.

Departamento de Ciencias de la Comunicación

Alumnos regulares: Para lograr la regularidad los estudiantes deben cumplir los siguientes requisitos mínimos:

- a) Haber elaborado las distintas guías de lecturas individuales, acreditando competencia y reconocimiento de los saberes esenciales de los distintos temas desarrollados en la materia.
- b) Haber participado activamente y concluido la realización del Trabajo Práctico Final de la materia que consiste en una planificación de la comunicación en el ámbito de una organización social de la ciudad.
- c) Haber rendido y aprobado los parciales orales de integración de los contenidos de la asignatura con nota no inferior a 5 (cinco).

Alumnos libres: El curso podrá aprobarse en condición de alumno libre. A ese fin deberán:

- a) Presentar quince días antes de la fecha de examen establecida en el turno de que se trate, un trabajo de Planeamiento de la Comunicación, con las características requeridas por la Cátedra para los alumnos regulares el que será evaluado debiendo obtener una nota no inferior a cinco (5).
- b) Rendir un examen escrito conforme a lo establecido en la Resolución de Régimen de Alumnos vigente como en las reglamentaciones de la Facultad.

6. BIBLIOGRAFÍA

Unidad I - Bibliografía:

-Carlosena, M.A (2015) "Historia y Tipos de Planificación". Apunte de cátedra. Universidad Nacional de Río Cuarto: Río Cuarto.

-Carlosena, M. A. (2017) "Organizaciones Sociales, comunicación y aportes al desarrollo local. Un recorrido histórico". Págs. 67-86. Revista *Perspectivas*, Departamento de Cs. Jurídicas, Políticas y Sociales. Año VII, Volumen I. Universidad Nacional de Río Cuarto: Río Cuarto.

-Niremborg, O. (2013) "Capítulo 1. Intervenciones sociales" Págs. 19-34 en *Formulación y Evaluación de intervenciones sociales. Políticas- Planes-programas-proyectos*. Editorial Noveduc. Buenos Aires.

-Uranga W., Vargas T. (2010) "Gestión de procesos comunicacionales. Una estrategia de intervención". Págs. 77-93. En Cicaese, G. coord. *Comunicación Comunitaria. Apuntes para abordar las dimensiones de la construcción colectiva*. La Crujía ediciones. Buenos Aires.

-Uranga, W. (2018). "Las políticas Públicas como territorio de la comunicación: espacio de lucha política y simbólica. Págs. 211-222 En Massoni, S; Uranga, W; Longo, V (compiladores) *Políticas públicas y Comunicación: una cuestión estratégica*. Nueva Editorial Universitaria, Universidad Nacional de San Luis: San Luis.

Departamento de Ciencias de la Comunicación

-Uranga, W. (2016) "Comunicar para la incidencia" Págs. 15-26. En *Conocer, transformar, comunicar*. Editora Patria Grande: Buenos Aires.

Unidad II – Bibliografía:

-Abatedaga, N. (2008) "El objeto de estudio de la Comunicación Social: acerca de su especificación". Págs. 115-124 En *Comunicación, Epistemología y metodologías para planificar por consensos*. Editorial Brujas: Córdoba.

-Bronstein, V y Gaillard, J (1995). "La Comunicación en las Organizaciones" Págs. 9-78. Instituto Nacional de la Administración Pública. Programa de Formación Superior. Buenos Aires.

-Carlosena, M. A. (2017) "Capítulo II. Comunicación para la incidencia" en *Comunicación, organizaciones sociales e incidencia en políticas públicas. Condiciones de posibilidad de un modo asambleario local desde el estudio de caso*. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales. Inédita. Secretaría de Posgrado, Facultad de Ciencias Humanas, Universidad Nacional de Río Cuarto: Río Cuarto.

-Carlosena, M; Kenbel, C; Yañez, P; Pugliese, V (2020) "Comunicación para la incidencia pública: Un abordaje posible desde las organizaciones para el cambio social". Págs. 20-30. Revista de la Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación. Número 33, Volumen 19. San Pablo (Brasil).

-Cicalese, G. y Rinaldi, L. (2013) "Incidencia y Buenas prácticas". Págs. 40-45 En Cicalese, G (coord.) *Comunicación para la Incidencia*. Cuadernos del Equipo de Comunicación del Centro La Crujía II. Centro de Comunicación La Crujía. Buenos Aires.

-Prieto Castillo (1997). "La comunicación como proceso en totalidad" Págs. 101-117 En *Diagnóstico de Comunicación*. CIESPAL: Quito.

-Vargas T. y Zapata N. (2010) "Capítulo IV: Dialogar entre nosotros y con otros" Págs. 77-107 en *Enredando Prácticas. Comunicación desde las organizaciones sociales*. Editorial San Pablo: Buenos Aires.

-Wolton, D. (2007) "Introducción General: Existe un margen de maniobra" Págs. 21-34 En *Pensar la comunicación*. Editorial Prometeo: Buenos Aires.

Unidad III- Bibliografía:

-Abatedaga, N. (2014) "El esencial carácter comunicativo de la sistematización" Págs. 104-110 En *Investigación Acción Participativa. Metodologías para organizaciones de gestión horizontal*. Editorial Brujas: Córdoba.

-Abatedaga, N. (2008) "Capítulo IV: Metodologías para el análisis de situación comunicacional" Págs. 139-149 En *Comunicación, epistemología y metodología para planificar por consensos*. Editorial Brujas: Córdoba.

Departamento de Ciencias de la Comunicación

-Cifuentes Gil, M; Pantoja Kauffmann, G (2019) "Capítulo II. Orientaciones para desarrollar la sistematización" Pags. 45-64 En *Sistematización de experiencias para construir saberes y conocimientos desde las prácticas. Sustentos, orientaciones y desafíos*. Editorial Brujas: Córdoba.

-Niremborg O. (2013) "Capítulo III. Diagnóstico o línea de base". Págs. 113-142 y Capítulo VIII La sistematización de experiencias". Págs. 291-306 En *Formulación y Evaluación de intervenciones sociales. Políticas- Planes-programas-proyectos*. Editorial Noveduc: Buenos Aires.

- Uranga, W. (2016) "Análisis situacional desde la comunicación" Págs. 132 a 173 En *Conocer, transformar, comunicar*. Editora Patria Grande: Buenos Aires.

Unidad IV- Bibliografía:

-Cristiano, J (2007) *Prácticas sociales y creatividad social. Premisas para un desarrollo conceptual*. Recuperado de Astrolabio nº4 | Julio de 2007 | ISSN 1668-7515

-Davis, G. y Scott J. (1992) "Capítulo 1: ¿Qué es la creatividad?"; "Capítulo 2: Las técnicas de la creatividad" y "Capítulo 10: Los obstáculos a la creatividad". Págs. 18-25; 123-141. Paidós Educador.

-Miklos T. y Arroyo M. (2008) "Prospectivas y escenarios para el cambio social". Pág. 4-10. Presentación recuperada de: [https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/2415A5FD597B34B005257D82005745DC/\\$FILE/Mikos_y_Margarita.pdf](https://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/2415A5FD597B34B005257D82005745DC/$FILE/Mikos_y_Margarita.pdf)

-Ormachea y otros (s/d) "Técnicas de creatividad". Pág. 1-6.

-Niremborg, O. (2013) "Capítulo 1. Intervenciones sociales" Pág. 39-42 y "Capitulo 2: Programación y formulación de propuestas de intervención" pp.70-111 en *Formulación y Evaluación de intervenciones sociales. Políticas- Planes-programas-proyectos*. Editorial Noveduc: Buenos Aires.

-Uranga W. (2016) "Prospectiva estratégica desde la Comunicación". Págs. 75-103 en *Conocer, transformar, comunicar*. Editorial Patria Grande: Buenos Aires.

-Uranga, W. (2016) "Para pensar las estrategias en la planificación desde la comunicación". Págs. 177-188 en *Conocer, transformar y comunicar*. Editora Patria Grande: Buenos Aires.

Unidad V- Bibliografía:

-Merello, A. (1973) "Factibilidad y Aceptabilidad" Pág 30-32, 137-141, 149-160. En *Prospectiva: teoría y práctica*. Editorial Guadalupe. Bs. As.

-Niremborg, O. (2013) "La gestión de intervenciones" Pág. 42-59 en *Formulación y Evaluación de intervenciones sociales. Políticas- Planes-programas-proyectos*. Editorial Noveduc: Buenos Aires.

Departamento de Ciencias de la Comunicación

-Niremborg, O. (2013) "Capítulo 2: Programación y formulación de propuestas de intervención" pp.70-111 en *Formulación y Evaluación de intervenciones sociales. Políticas- Planes-programas-proyectos*. Editorial Noveduc: Buenos Aires.

-Niremborg, Brawerman y Ruiz (2000) "Cap. 1: ¿Para qué la evaluación?" y "Cap. 2 Los tipos de evaluación" en *Programación y Evaluación de Proyectos sociales*. Paidós: Bs. As.

-Poggiere, H (2011) "Introducción", Págs. 11-18 en *Planificación participativa y gestión asociada (PPGA). Metodologías*. Espacio Editorial: Buenos Aires.

-SIEMPRO (1999) "Aspectos conceptuales y metodológicos de la evaluación en el marco de la gestión integral orientada a resultados". En *Gestión integral de Programas Sociales orientados a Resultados*. Fondo de Cultura Económica y Secretaría de Desarrollo Social. Bs. As.

-Tordini, X (2010) "La sostenibilidad de los proyectos de comunicación comunitaria" Págs. 154-158 en Cicalese, G *Comunicación comunitaria. Apuntes para abordar las dimensiones de la construcción colectiva*. La Crujía ediciones: Buenos Aires.

-Uranga, W. (2016) "La gestión como proceso integral" Pág.103-120 en *Conocer, transformar y comunicar*. Editora Patria Grande: Buenos Aires.

7. CRONOGRAMA

Primer Cuatrimestre

Encuentros	Tema	Teórico Práctico
20/03	Introducción a la materia. Expectativas docentes y de los/las estudiantes. Experiencias. Acuerdos.	
27/03	Unidad I	Guía de lectura n° 1
03/04	Unidad I	Guía de lectura n° 2 y Guía n° 3
10/04	Unidad II	Guía de lectura n° 4
17/04	Unidad II	Guía de lectura n° 4
24/04	Unidad III	Guía de lectura n° 5. Guía de Trabajo Práctico Final. Avances (Marco Conceptual)

Departamento de Ciencias de la Comunicación

01/05	Feriado Nacional	
08/05	Unidad III	Guía de Trabajo Práctico Final. La sistematización como metodología
15/05	Unidad III	Guía de Trabajo Práctico Final. Principales aspectos a desarrollar en el momento explicativo.
22/05	Integración de las Unidades	Avances Trabajo Práctico Final. Análisis de datos.
29/05	Integración de las Unidades	Avances Trabajo Práctico Final. Análisis de datos.
05/06	Primer Parcial: Unidades I, II y III.	Avances del Trabajo Práctico Final. Análisis y presentación de datos.
12/06	Recuperatorio	Avances del Trabajo Práctico. Interpretaciones en torno a las ACVIP.
19/06	Fin Primer Cuatrimestre	Puesta en común de los avances del Trabajo Práctico Final. Dificultades, avances, principales hallazgos en términos de Acciones de Comunicación con Voluntad de Incidencia Pública.

Segundo cuatrimestre

Encuentros	Tema	Teórico Práctico
14/08	Unidad IV	Guía de lectura n° 6
21/08	Unidad IV	Guía de lectura n° 6
28/08	Unidad IV	Guía de lectura n° 7
04/09	Unidad IV	Guía de lectura n° 7
11/09	Unidad V	Guía de lectura n° 8

Departamento de Ciencias de la Comunicación

18/09	Unidad V	Guía de lectura n° 8
25/09	Unidad V	Guía de lectura n° 9
02/10	Unidad V	Guía de lectura n° 9
09/10	Unidad V	Guía de lectura n° 10
16/10	Unidad V	Guía de lectura n° 11
23/10	Integración de las Unidades IV y V	Guía de lectura n° 11
30/10	Segundo parcial (Unidades IV y V)	Avances Trabajo Práctico Final
06/11	Recuperatorio	Presentación del Trabajo Práctico Final a públicos interesados
13/11	Fin Segundo Cuatrimestre	Entrega del Trabajo con ajustes y comentarios

8. HORARIOS DE CLASES Y DE CONSULTAS

Clases: Miércoles de 12 a 16 hs. Aula 102, Pabellón 3

Consultas: Martes 16 a 18 hs o contacto por correo electrónico para acordar otros días y horarios.



Firma de la Profesora Responsable a cargo:

Aclaración de la firma: Claudia Kenbel

Lugar y fecha: Río Cuarto, 05 de abril de 2024.