



Universidad Nacional del Nordeste

Facultad de Ciencias Económicas

3500 – Resistencia (CHACO)
República Argentina



Las Malvinas son argentinas
- 40 AÑOS -

RESOLUCIÓN N° 633

RESISTENCIA, 12 4 NOV 2022

VISTO:

El Expediente N° 26-2022-02729; y

CONSIDERANDO:

Que, en el mencionado Expediente obra nota de la Profesora Titular de la asignatura **Comunicación en las Organizaciones**, Licenciada Claudia Mariela Gatti, a través de la cual eleva programa de la cátedra a su cargo, correspondiente al segundo año de la carrera Licenciatura en Relaciones Laborales;

Que, la Comisión que tiene a su cargo el análisis de la estructura de los Programas, creada por Resolución N° 003/19-CD, da opinión favorable a la propuesta del programa presentado, como así también el Director de la Carrera Licenciatura en Relaciones Laborales;

Lo aconsejado por la Comisión de Enseñanza e Investigación;

Por ello:

**EL CONSEJO DIRECTIVO
DE LA FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
RESUELVE:**

ARTICULO 1°: Aprobar el Programa de la asignatura **Comunicación en las Organizaciones**, presentado por la Profesora Titular de la cátedra, Licenciada Claudia Mariela Gatti, que figura como Anexo de la presente Resolución y que regirá a partir del periodo lectivo 2023.

ARTICULO 2°: Registrar la presente Resolución, efectuar las comunicaciones correspondientes y oportunamente proceder a su archivo.

Lic. Maffa Virginia Aisio
SECRETARIA ACADEMICA
Fac. Ciencias Económicas
UNNE

Lic. Moira Y. Carrío
DECANA
Fac. Ciencias Económicas
UNNE



Universidad Nacional del Nordeste

Facultad de Ciencias Económicas

3500 – Resistencia (CHACO)
República Argentina



Las Malvinas son argentinas
- 40 AÑOS -

ANEXO I DE LA RESOLUCION N° 633

Asignatura: COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES
CARRERA: LICENCIATURA EN RELACIONES LABORALES

I. ENCUADRE GENERAL

1. Fundamentación

La comunicación constituye un modo de producción de la cultura que está presente en cada momento y en cada espacio de interacción. A través de la comunicación, las personas le otorgan significado a la realidad que las rodea, sean objetos, hechos, eventos. La comunicación permite la construcción de una identidad colectiva dentro de la cual es posible relacionarse entre sí y desarrollar actividades a partir de símbolos y de significados compartidos: es el contexto de producción de la estructura real de las organizaciones que se desarrollan en, desde y con la comunicación atribuyendo sentido a sus acciones cotidianas, proyectando el futuro e integrando los intereses particulares en objetivos trascendentes para el conjunto.

Las instancias tradicionales de socialización: familia, escuela, trabajo no pueden competir seriamente con las industrias culturales que, por su capacidad abarcadora, difunden a través de relatos, imágenes y símbolos, posiciones respecto de gustos, maneras de pensar, concepciones de la vida que echan raíces rápidamente en todos los sectores sociales y, por ende, en las organizaciones de la comunidad sin importar su naturaleza. La televisión, la radio, el cine y la internet constituyen otra instancia de socialización que compite, en forma desigual, en todo lo que se refiere a dicho proceso.

En el contexto de la universidad aparece con fuerza la idea de una formación profesional basada en competencias a través de la cual se exige una articulación de los elementos cognitivos, procedimentales y actitudinales en la formación de nuevas generaciones de profesionales. Actualmente, se viene exigiendo el redimensionamiento del campo de actividad y del sistema de conocimientos, habilidades y valores profesionales como condición del desempeño exitoso bajo nuevas condiciones. A su vez, las organizaciones modernas centran su atención en los clientes y en la satisfacción de sus necesidades tanto a través de la producción de cosas como de símbolos que existen sólo a través de la comunicación.

De este modo, la necesidad de una formación que incorpore conceptos y prácticas acerca del hombre, del trabajo, de las prácticas y procesos comunicacionales y de las organizaciones se ha de entender, más allá de los conocimientos propios y necesarios de cada campo disciplinar que abone a ello, como una unidad de aprendizaje que contribuirá a desarrollar competencias comunicativas fundamentales para el desempeño de los estudiantes en su vida de relación, así como de los futuros profesionales en Relaciones Laborales.

Ubicación de la asignatura en el currículum

La materia corresponde al 2º año del Plan de Estudios.

Lic. María Virginia Díaz
SECRETARIA ACADÉMICA
Fac. Ciencias Económicas
UNNE

Lic. Moira Y. Carrió
DECANA
Fac. Ciencias Económicas
UNNE



Universidad Nacional del Nordeste

Facultad de Ciencias Económicas

3500 – Resistencia (CHACO)
República Argentina



Las Malvinas son argentinas
- 40 AÑOS -

Es correlativa de la asignatura Teoría de las Organizaciones correspondiente al 1er. Año.

2. Objetivos de la Asignatura

- Comprender los elementos o variables constitutivos del proceso de comunicación humana, así como los principios fundamentales de sus dinámicas de funcionamiento en las organizaciones.
- Desarrollar la capacidad de reflexión y análisis de los procesos de comunicación desde la visión de los diferentes modelos teóricos existentes.
- Comprender el uso, las dimensiones y la función de la comunicación en las organizaciones e identificar los aportes de las innovaciones tecnológicas.
- Adquirir habilidades para intervenir, de manera interdisciplinaria, en la evaluación de situaciones de comunicación, en el diseño, elaboración y gestión de proyectos comunicacionales.

3. Contenidos mínimos

Conceptos fundamentales sobre el proceso de la comunicación, con especial referencia a los que se originan en una organización. Naturaleza y función de la comunicación, su concepto y esquemas de interpretación, las vías y los canales de la comunicación organizacional. Codificación y transmisión, manejos subliminales. Canales de información. Sistemas de comunicaciones en la Empresa. Barreras comunicacionales. El proceso de investigación para el diagnóstico, planificación y gestión de la comunicación en las organizaciones.

II. ENFOQUE CONCEPTUAL

1. Programa analítico

UNIDAD I. Sociedad, cultura y comunicación

Modelos teóricos en Comunicación. Comunicación estratégica enactiva. Comunicación en las prácticas socioculturales. La formación del discurso dominante: sentido común, sistema de creencias. Percepción y comunicación. La construcción de la identidad comunicacional.

UNIDAD II. Enfoque sistémico de la comunicación

Áreas de la comunicación humana: Sintáctica, semántica, pragmática. Axiomas de la comunicación humana. Dimensiones de la comunicación estratégica. Competencias del Comunicador.

UNIDAD III. La comunicación en la organización.

La organización como sistema complejo. La cultura en la organización. La comunicación en contextos laborales. Gestión y comunicación. Funciones de la comunicación interna. Comunicación y participación. La comunidad discursiva. Comunicación y gestión del conocimiento. Las TICs en la comunicación organizacional.

Lic. María Virginia Allsio
SECRETARIA ACADÉMICA
Fac. Ciencias Económicas
UNNE

Lic. Moira Y. Carriló
DECANA
Fac. Ciencias Económicas
UNNE



Universidad Nacional del Nordeste

Facultad de Ciencias Económicas

3500 – Resistencia (CHACO)
República Argentina



Las Malvinas son argentinas
- 40 AÑOS -

UNIDAD IV. La gestión de la comunicación organizacional.

El diagnóstico de la comunicación.
Políticas de comunicación. La gestión de las comunicaciones. La organización comunicante. Técnicas y herramientas de comunicación en las relaciones de trabajo. Planificación de la comunicación. Dimensiones. Enfoques.
Los roles del comunicador en contextos de trabajo.

BIBLIOGRAFÍA

a. Básica.

Brandolini, A., Frígoli, M., y Hopkins N. (2009). *Comunicación interna. Claves para una gestión exitosa*. La Crujía.

Enz, A., Franco, V., Spagnuolo, V. (2012) *Manual de comunicación para organizaciones sociales: hacia una gestión estratégica y participativa*. - 1a ed. 1a reimp. Asociación Civil Comunia.

Massoni, S. (2014) Metodología de la comunicación estratégica. Del Inventario al encuentro sociocultural. *Metacomunicación*. 3. (6) <https://revistametacomunicacion.files.wordpress.com/2014/01/m6-pdf1.pdf>

Prieto Castillo, D. (1993) *Planificación de la comunicación institucional*. <http://www.prietocastillo.com/textos/1/Planificaci%C3%B3ndelacomunicaci%C3%B3ninstitucional.pdf>

Uranga, W. (et al) (2020). *Planificación y gestión de procesos comunicacionales*. Coordinado por Washington Uranga y Teresita Vargas. Universidad Nacional de la Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

b. Complementaria

Bruno, D. (2011) *El diagnóstico de la comunicación. Diagnóstico y poder. Diagnóstico y participación*. Fac. de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata. <https://porunsiglo.files.wordpress.com/2011/02/el-diagnoc3b3stico-comunicacional-daniela-bruno.pdf>

Dallera, O. (2012) *La sociedad como sistema de comunicación: la Teoría Sociológica de Niklas Luhmann en 30 lecciones*. Biblos.

Etkin, J. R. (2006) *Gestión de la complejidad en las organizaciones: la estrategia frente a lo imprevisto y lo impensado*. 1a. ed. 1a. reimp. Granica.

Islas, O. (2013) *Modelos de Comunicación*. <https://octavioislas.files.wordpress.com/2013/08/modelos-de-comunicac3b3n.pdf>

Kaplún, M. (1996) *El comunicador popular*. Lumen-Humanitas

Kaplun, G. (2012). Lo emergente y lo resistente en la comunicación organizacional. *Diálogos de la Comunicación*, 83. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6800081>

Manucci, M. (2005) *Narraciones corporativas: Comunicación, estrategia y futuro en las organizaciones*. Técnica Administrativa.

Marchiori, M. (2009). ¿Por qué hoy en día precisamos cultura organizacional? Una perspectiva de comunicación única en el área posmoderna. *Diálogos de la Comunicación*, 80. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3719722>

Massoni, S. (2011). *Moebius, estrategia y comunicación*. En: *Comunicación estratégica: comunicación para la innovación*. Homo Sapiens Ediciones.

Lic. María Virginia Manucci
SECRETARIA ACADEMICA
FAC. CIENCIAS ECONOMICAS
UNNE

Lic. Maira Y. Carriá
DECANA
FAC. CIENCIAS ECONOMICAS
UNNE



Universidad Nacional del Nordeste

Facultad de Ciencias Económicas

3500 – Resistencia (CHACO)
República Argentina



Las Malvinas son argentinas
- 40 AÑOS -

- Massoni, S. (2007) Modelos de Comunicación Estratégica (Tres movimientos y siete pasos para comunicar estratégicamente). En: *Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido*. Homo Sapiens Ediciones.: <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/bitstream/54000/1150/1/Massoni-%20Comunicaci%c3%b3n%20estrat%c3%a9gica.pdf>
- Mata, M. C. (1990) *Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva*. La Crujía.
- Moreno Hurtado, M.A. et. al. (2018) *Identidad Laboral: Análisis del Concepto en el Contexto Actual del Mundo del Trabajo*. Salud y Administración. 5 (14).
- Nagy, C. (2012) *Se habla aún cuando no se dice nada. Los 5 axiomas de la comunicación según Paul Watzlawicz*.
https://finanzasucv.files.wordpress.com/2012/10/modelos-decomunicacion_5-axiomas-de-walzalawick1.pdf
- Prieto Castillo, D. (1989) *Cultura oral y vida cotidiana*. <http://www.prietocastillo.com/textos/1/Culturaoralyvidacotidiana.pdf>
- Raiter, A. (2003) *Lenguaje y sentido común. Las bases para la formación del discurso dominante*. Biblos.
- Ramírez de Amorim, L. (2014) La comunicación como trama in-visible de/en las organizaciones. *Poliantea* 10 (18).
- Rizo García, M. (2011) Pensamiento sistémico y comunicación. *Razón y palabra* 75. http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/monotematico_75/29_Rizo_M75.pdf.
- Rodríguez Andino, M., García Colina, F., Pérez Hernández, M. Á., y Castillo Maza, J. V. (2009). *La gestión del conocimiento, factor estratégico para el desarrollo*. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/articulo/view/8904>
- Spinelli, E. (2004) *Los modelos de comunicación*. https://www.infoamerica.org/documentos_pdf/spinelli01.pdf.
- Suares, M. (1996) *Mediación. Conducción de Disputas, Comunicación y Técnicas*. Paidós.
- Suares, M. (s/d) *Hipertexto: discurso de apertura*.: <http://www.oocities.org/~suares/acontenid.htm>
- Szlechter, D (2018) *Teorías de las organizaciones. Un enfoque crítico, histórico y situado*. 1ra. Ed. Universidad Nacional de General Sarmiento.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

UNIDAD I

Básica

- Enz, A., Franco, V., Spagnuolo V. (2012) Cap. 1. Pp. 14 – 20 y Cap. 2 Pp. 34 – 40
Uranga W. (et al) (2020). Capítulo II.

Complementaria

- Islas, O. (2013). Texto completo.
Kaplún, M. (1996). Texto completo.
Kaplun, G. (2012). Texto completo.
Marchiori, M. (2009). Texto completo.
Massoni, S. (2011). Capítulo 2.
Mata, C. (1990). Módulo 2. Pp. 1-21.
Moreno Hurtado M.A. et. al. (2018). Pp. 59-67.
Prieto Castillo, D. (1989). Texto completo.
Raiter, A. (2003) Cap.3. Pp. 99-128 y Cap. 6. Pp. 165-183
Spinelli, E. (2004) Texto completo.

Lic. María Virginia
SECRETARÍA ACADÉMICA
Fac. Ciencias Económicas
UNNE

Lic. Moira Y. Carrió
DECANA
Fac. Ciencias Económicas
UNNE



Universidad Nacional del Nordeste

Facultad de Ciencias Económicas

3500 – Resistencia (CHACO)
República Argentina



Las Malvinas son argentinas
- 40 AÑOS -

UNIDAD II

Básica

Massoni, S. (2014). Páginas 90 - 110.

Complementaria

Nagy, C. (2012). Artículo completo.

Rizo García, M. (2011). Pp 1-13.

Suares, M. (1996). Cap. 3

Suares, M. (s/d) Pp.2-14

UNIDAD III

Básica

Brandolini, A., González Frígoli, M. y Hopkins, N. (2009). Cap. 5

Enz, A., Franco, V., Spagnuolo, V. (2012). Cap. 1. Pp. 25 – 28

Uranga W. (et al) (2020). Capítulo III y V.

Complementaria

Dallera, O. (2012). Págs. 37 a 55.

Etkin, J. R. (2006) Pp.244-252; 317-329; 347-375.

Manucci, M. (2005). Texto completo.

Marchiori, M. (2009) Pp 1-20

Massoni, S. (2007) artículo completo.

Ramírez de Amorim, L. (2014) Pp. 205-224.

Rodríguez Andino, M., García Colina, F., Pérez Hernández, M. Á., y Castillo Maza, J. V. (2009). Pp 7-14.

Szlechter, D. (2018). Cap.1. Pp. 13-27, Cap. 4 Pp. 151-154 y Cap. 5.Pp.167-187

UNIDAD IV

Básica

Brandolini, A., Frígoli, M., y Hopkins N. (2009). Cap. III.

Enz, A., Franco, V., Spagnuolo V. (2012). Pp. 41-53; 68 – 93; 112 – 127 y Cap. V.

Prieto Castillo, D. (1993). Texto completo.

Uranga W. (et al) (2020). Capítulo I, IV, V, IX

Complementaria

Bruno, D. (2011). Texto completo.

III. ESTRATEGIAS

Lic. María Virginia Aliño
SECRETARIA ACADEMICA
Fac. Ciencias Económicas
UNNE

Lic. Moira Y. Carrió
DECANA

Fac. Ciencias Económicas
UNNE



Universidad Nacional del Nordeste

Facultad de Ciencias Económicas

3500 – Resistencia (CHACO)
República Argentina



Las Malvinas son argentinas
- 40 AÑOS -

3.1. Estrategias de enseñanza

Las clases son de carácter teórico – prácticas. En estos espacios se incluirán las siguientes técnicas:

Exposiciones teóricas breves

Actividades individuales y trabajo en comisiones

- Investigaciones breves
- Guías de preguntas para el análisis de textos
- Foros
- Resolución de casos
- Exposiciones grupales
- Actividades extra áulicas

Tutorías grupales e individuales

3.2. Criterios de evaluación

- Conocimiento de los conceptos teóricos y capacidad de aplicación de la teoría en la práctica, atendiendo al lenguaje disciplinar.
- Correcta expresión oral y escrita.

3.3. Actividades Prácticas

Las actividades prácticas ocupan el 52% de la carga horaria de la asignatura con 13 clases de cuatro horas reloj cada una.

1. **Tema:** Comunicación, trabajo e identidad.

Unidades temáticas intervinientes: Unidad I

Objetivos:

Que el alumno logre:

- Relevar las prácticas comunicacionales de producción y consumo cultural que forman parte de la vida cotidiana de los estudiantes, de sus familias y de sus grupos de pertenencia.
- Propiciar el reconocimiento de la comunicación como espacio en los que se articulan y entran en conflicto distintas interpretaciones y significados acerca del mundo y de la realidad a fin de analizar de qué manera y a través de qué dispositivos se comparten espacios y se construyen sentidos.

Actividades:

Lic. María Virginia Alisio
SECRETARIA ACADEMICA
Fac. Ciencias Económicas
UNNE

Indagación personal. Autobiografía familiar.

Cada estudiante tendrá que elaborar un texto/documento en el que narre su propia biografía en torno al trabajo familiar.

Esta actividad requiere, necesariamente, de *conversaciones familiares* a través de preguntas abiertas, de la curiosidad por lo propio y por lo mutuo, lo que permitirá

Lic. Moira Y. Carrió
DECANA
Fac. Ciencias Económicas
UNNE



Universidad Nacional del Nordeste

Facultad de Ciencias Económicas

3500 – Resistencia (CHACO)
República Argentina



Las Malvinas son argentinas
- 40 AÑOS -

descubrir información para construir una línea de tiempo personal que podrá enriquecerse con fotos, recortes, imágenes o cualquier otro material que ilustre la narración histórica identitaria.

Tipo de actividad: práctica individual.

Modalidad: trabajo de campo; presentación por aula virtual (recurso: Tarea)

Duración: 2 clases

Criterios de evaluación: coherencia y claridad en la redacción de la actividad, contenido con orden cronológico, manejo del lenguaje pertinente, identificación de dispositivos comunicacionales apropiados.

2. **Tema:** Prácticas comunicacionales, trabajo y subjetividad.

Unidades temáticas intervinientes: unidad I y II

Objetivos:

Que el alumno logre:

- Analizar la importancia de la comunicación en los procesos inherentes a la vida social en general y al trabajo y las organizaciones en particular.
- Reconocer a la comunicación como productora de vínculos, de identidad y de sentidos.
- Comprender la construcción de las subjetividades con relación al trabajo.
- Diseñar y producir un recurso comunicacional original

Actividades:

Negociación, relevamiento y análisis de información.

Producción de un recurso comunicacional.

A partir de la lectura de las producciones individuales de la primer actividad, los estudiantes deberán seleccionar uno de los trabajos en forma consensuada y fundamentada; analizar su contenido en términos conceptuales, indagar y contextualizar el o los oficios de referencia en la actualidad atendiendo los siguientes aspectos: su dinámica en el contexto local, sus modalidades, los principales riesgos implicados, de qué modo fue afectado por la pandemia y por otros cambios en el mundo del trabajo (género, diversidad, discapacidad, tecnología, etc.), cuál es su situación sindical, etc.

Lic. María Virginia Alisio
SECRETARIA ACADEMICA
Fac. Ciencias Económicas
UNNE

La producción será presentada teniendo en cuenta los siguientes aspectos: fundamentación de la selección, objetivos del trabajo, estrategias de relevamiento y análisis de la información, resultados alcanzados y reflexiones.

Una síntesis del trabajo será presentado a través del diseño y producción de un recurso comunicacional (infografía, podcast, artículo, video, etc.).

Lic. Moira Y. Carrión
DECANA
Fac. Ciencias Económicas
UNNE

Tipo de actividad: práctica grupal con presentaciones a través del aula virtual y en plenario presencial; el producto final será destinado a una actividad de extensión.



Universidad Nacional del Nordeste

Facultad de Ciencias Económicas

3500 – Resistencia (CHACO)
República Argentina



Las Malvinas son argentinas
- 40 AÑOS -

Modalidad: grupal presencial, con soporte en el aula virtual; presentación del producto final en coloquio grupal y actividad de extensión.

Duración: 3 clases

Criterios de evaluación: prácticas comunicacionales pertinentes, originalidad, adecuado uso del lenguaje y aplicación de contenidos conceptuales en la práctica.

3. **Tema:** Prediagnóstico

Unidades Temáticas intervinientes: Unidad III y IV

Objetivos:

Que el alumno logre:

- Reconocer la centralidad de la comunicación en los sistemas complejos.
- Analizar las políticas de comunicación y su vinculación con las políticas de gestión de personas.
- Identificar las características de los procesos comunicacionales en los entornos de trabajo y sus componentes.

Actividades:

Trabajo de campo. Caracterización de la organización y de los procesos comunicacionales. Mapa de actores.

Luego de seleccionar una organización de la sociedad civil viable para la realización de la propuesta, los estudiantes realizarán una primera indagación a través de fuentes secundarias e informantes clave identificando necesidades y problemas de comunicación más relevantes para luego proponer estrategias de abordaje en la instancia de diagnóstico y planificación.

A partir de la información relevada en esta instancia se trabajará en la construcción de un mapa de actores.

Tipo de Actividad: grupal

Modalidad: trabajo de campo; entrega por aula virtual; exposición y debate presencial.

Duración: 2 clases

Criterios de evaluación: trabajo en equipos, integración de contenidos, correcta expresión oral y escrita, pertinencia en la presentación de la producción.

4. **Tema:** Diagnóstico y propuesta de Planificación de la Comunicación

Unidades Temáticas intervinientes: Unidad II, III y IV

Objetivos:

Que el alumno logre:

- Diagnosticar situaciones y problemas de comunicación interna y planificar posibles soluciones.
- Identificar recursos e instrumentos para la planificación de la comunicación interna.

Lic. María Virginia Anstio
SECRETARIA ACADEMICA
Fac. Ciencias Económicas
UNNE

Lic. Molra Y. Carrió
DECANA
Fac. Ciencias Económicas
UNNE



Universidad Nacional del Nordeste

Facultad de Ciencias Económicas

3500 – Resistencia (CHACO)
República Argentina



Las Malvinas son argentinas
- 40 AÑOS -

Actividades:

De descripción, análisis y planificación de procesos comunicacionales en ámbitos organizacionales.

A partir de la información relevada en el pre diagnóstico, los estudiantes avanzarán hacia la elaboración de un diagnóstico donde se identifique en forma adecuada los principales problemas (nodos críticos), los actores y los públicos, sus intereses y necesidades en función de los objetivos de la organización. Con el resultado de ese análisis se construirán los objetivos de comunicación deseados y se realizará una propuesta de planificación para alcanzarlos.

Tipo de Actividad: grupal

Modalidad: entrega por aula virtual; exposición y debate presencial. Coloquio final integrador

Duración: 5 clases

Lic. María Virginia Alsio
SECRETARIA ACADÉMICA
Fac. Ciencias Económicas
UNNE

Criterios de evaluación: trabajo en equipos, integración de contenidos, correcta expresión oral y escrita, creatividad en la presentación de la producción.

Lic. Moira Y. Carrió
DECANA
Fac. Ciencias Económicas
UNNE