

UNIVERSIDAD NACIONAL DE TUCUMÁN – FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

Especialización en Planificación e Intervención desde la Comunicación

Curso: Prácticas Profesionales Supervisadas

Modalidad de dictado: Presencial.

Asignación horaria total: 80 horas

Docentes a cargo: Mary E. Gardella y Eva Fontdevila

Fecha: 10 de Septiembre de 2026

Fundamentación

El Curso propone un espacio de formación en la Práctica Profesional Supervisada de la Especialización en Planificación e Intervención desde la Comunicación, como una instancia de procesos complejos y multidimensionales orientados a revisar críticamente y problematizar la intervención socio-político-comunicativa. A tal efecto la propuesta toma como eje transversal a la investigación-acción-reflexión desde la integración de saberes y competencias adquiridos durante el recorrido de los diferentes cursos de la Especialización hasta las particularidades propias de la institución y/u organización social donde se desarrollará la Práctica Profesional.

En tal sentido, no se trata de técnicas o pre-supuestos estandarizados, sino de horizontes éticos-metodológicos-comunicativos para obtener destrezas e insumos en tanto la intervención en escenarios singulares surcados por contextos socio-institucionales complejos e interpelados por la convergencia de medios/redes/plataformas, supone siempre una particular circulación de poder.

La relación teoría/práctica y saber/poder traducidos en un saber hacer situado y siempre conflictivo, reconoce el rol político de toda práctica socio-comunicativa que interpela al saber experto y abre el juego a la dinámica de afectaciones de instituciones y/u organizaciones sociales que forman parte irremplazable en la formación profesional del y la Especialista en Planificación e Intervención desde la Comunicación. Por lo mismo, las instituciones y/u organizaciones sociales elegidas por cada cursante como objeto de estudio y de recorrido de la práctica, forman parte del universo de relaciones de la Universidad Nacional de Tucumán y específicamente de la Facultad de Filosofía y Letras plasmados en convenios y actas acuerdo institucionales.

Contenidos mínimos

Prácticas sociales. Enfoque comunicacional en las prácticas. Profesionales de la comunicación como sujetos de transformación institucional. Territorios como construcción material y simbólica. Ecosistema digital como territorio. Actores, redes y procesos sociales en instituciones, organizaciones, medios y políticas públicas.

Objetivos

- Reflexionar sobre los distintos conceptos y abordajes de las Prácticas Sociales a los efectos de reconocer las características propias de una Práctica Profesional Socio-comunicativa.
- Analizar los contextos socio-políticos-culturales que configuran el escenario material y simbólico de planificación e intervención profesional desde la comunicación en las instituciones y/u organizaciones sociales.

- Identificar y definir desde una perspectiva teórica, epistemológica, política y cultural la problemática comunicacional de una determinada institución y/u organización social.
- Proponer el marco metodológico y sus respectivas técnicas instrumentales para el desarrollo de estrategias de abordaje de tal problemática.
- Ejercitar competencias prácticas para la coordinación de actores y redes involucrados en la problemática comunicacional de la institución y/u organización social mediante experiencias reales, situadas y monitoreadas.
- Contribuir al desarrollo de capacidades intra-subjetivas y entre-subjetivas de percepción para la puesta en práctica de estrategias situadas de planificación e intervención desde la comunicación en instituciones y/u organizaciones sociales
- Elaborar una propuesta superadora de la problemática comunicacional planteada que responda a los ítems especificados en el Trabajo Integrador de Aprobación que contempla no sólo las estrategias específicas sino además la autoevaluación del proceso llevado a cabo.

Programa

Eje Temático 1: Las prácticas profesionales de la Comunicación como prácticas sociales situadas: particularidades, posibilidades y límites de las prácticas sociales. La perspectiva crítica para reconocer la articulación entre contexto, pensamiento, acciones e intereses. Las tensiones entre una práctica impuesta, una práctica deseada y la práctica asumida desde la Comunicación.

Bibliografía

- ***Ariztía T. (2017)** *La teoría de las prácticas sociales*. Revista Cinta Moebio N° 59, Universidad Diego Portales, Chile.
- ***Fuentes Navarro R. (1985)** *Formación Universitaria y Práctica Profesional de la Comunicación Social en México*, Universidad de Colima, México.
- ***Navarro Díaz L. (2008)** *Aproximación social desde el paradigma crítico: una mirada a la comunicación afirmadora de la diferencia*, Revista Investigación y Desarrollo Vol. 16 N°2, Universidad del Norte, Barranquilla, Colombia.
- ***Petrucci L., Schaufler M. L. (2018)** *Prácticas de formación y laborales en comunicación social: itinerarios y experiencias*, Revista Ciencias, Docencia y Tecnoloxía, Vol. 8 N° 8, Facultad de Ciencias de la Educación, Universidad Nacional de Entre Ríos.
- ***Sanjurjo L. (2012)** *Socializar experiencias de formación en prácticas profesionales: un modo de desarrollo profesional*, Revista Praxis, Universidad Nacional de La Pampa.

Eje Temático 2: El Estado como territorio para la Planificación e Intervención desde la Comunicación: Estado, política y la construcción de lo público. Relación del estado con la sociedad civil. Intervención de la comunicación en los procesos de construcción de ciudadanía política y social. El rol de quienes trabajan y forman parte del estado. Alcances y limitaciones para la implementación de propuestas comunicacionales como políticas públicas.

Bibliografía

- ***Abad S., Cantarelli (2012)** *Habitar el Estado. Pensamiento estatal en tiempos a-estatales*, Buenos Aires, Edit. Hydra
- ***Califano B. (2015)** *Perspectivas conceptuales para el análisis del Estado y las políticas de comunicación*, Revista Austral Comunicación, Vol. 4, N° 2, Buenos Aires.

- *Estlund D. (2011)** *La autoridad democrática. Fundamentos de las decisiones políticas legítimas*, Buenos Aires, Edit. Siglo XXI
- *Labate C., Arrueta C. (Comp.) (2017)** *La Comunicación digital. Redes Sociales, nuevas audiencias y convergencias*, Edit. UNJu/FAdeccos, Jujuy.
- *Mata M.C. (2012)** *Comunicación, ciudadanía y poder: pistas para pensar su articulación*,
Revista Diálogos,
<http://diálogosfelafacs.net/wpcontent/uploads/2012/01/64>
- *Uranga W., Thompson H. (Coord), (2016)** *La incidencia como camino para la construcción de ciudadanía*, Buenos Aires, Edit. Patria Grande.

Eje Temático 3: Las Instituciones y las Organizaciones Sociales como territorio para la Planificación e Intervención desde la Comunicación. Etapas históricas de las organizaciones. Relación con el Estado y las políticas públicas. Sujetos, estigmas y protagonismos. Disputas de sentidos. La comunicación para la intervención en las organizaciones.

Bibliografía

- Barbero, J.M. (1987)** De los medios a las mediaciones. G. Gilli
- Carballeda, A. (2017)** Escenarios sociales, intervención social y acontecimiento, UNM Editora
- Centeno A., Bichara M., Gutiérrez J. (2024)** *Cartografía social en el ámbito comunitario. Una propuesta pedagógica para abordar las prácticas pre profesionales*. Ponencia en el XXVI Encuentro Nacional FAUATS, San Juan, Argentina.
- Hardt, M. y Negri A. (2000).** Imperio. Editorial Paidós
- Holloway, J (2002)** Cambiar el mundo sin tomar el poder. El significado de la revolución hoy. Universidad Autónoma de Puebla.
- Laclau, E. (2005).** La razón populista. Fondo de Cultura Económica
- Mestman, M. y Mastrini, G. (1996)** ¿Desregulación o re-regulación? De la derrota de las políticas a las políticas de la derrota. CIC: Cuadernos de información y comunicación, ISSN-e 1988-4001, ISSN 1135-7991, N° 2
- Muñoz, B. (2001).** Los ejes temáticos de la «segunda generación» de la Escuela de Birmingham: las trampas de la subjetividad. Revista Zigurat n° 2. Facultad de Ciencias Sociales, UBA
- Pastore, R. (2014).** “La economía social y solidaria, una construcción colectiva y plural en el camino de la profundización democrática”, en Lozano y Flores (comp.): Democracia y sociedad en la Argentina contemporánea. Reflexiones para un debate. Editorial UNQ.
- Vinelli, N. y Suárez, M. (coord.) (2023)** Los desconectados. Políticas públicas para el acceso a internet en barrios populares y parajes rurales. Editorial Mil campanas
- Uranga, W. (2016)** Conocer, transformar , comunicar. Editora Patria Grande
- Zapata N., Vargas T. (2010)** *Enredando prácticas. Comunicación desde las organizaciones sociales*, Edit. San Pablo, Buenos Aires

Metodología de Cursado y Plazos

El Curso se divide en 2 partes:

1.- Módulo Teórico-Práctico de 40 hs.

Comprende los ejes temáticos 1, 2 y 3 más un informe que responda a la primera parte del Plan Estratégico. Los/as cursantes deberán seleccionar una organización o institución para realizar el trabajo, que consistirá en la elaboración de un Informe escrito de 10 páginas de extensión.

La elaboración del informe requerirá la lectura de materiales y medios institucionales disponibles, más la realización de al menos 2 entrevistas a referentes.

El **informe** debe incluir los siguientes ítems:

1. **Caracterización** de la institución u organización ¿Qué tipo de institución/ organización es? Inscripción en el sector privado, público, sin fines de lucro; alcance local, nacional, internacional; tipo de formalización si correspondiera, situación legal, etcétera.
2. **Historia**, principales hitos, contexto de surgimiento/ creación; marcas de fundación.
3. **Actores** sociales involucrados en la historia y presente institucional; articulaciones con distintos sectores y actores.
4. **Principales definiciones de la identidad** organizacional/ institucional: identidad política, y comunicacional.
5. **Formas de organización**, indicadores sobre toma de decisiones, roles, jerarquías, niveles de formalización de la estructura.
6. **Formas de financiamiento** y sostenibilidad de la organización/ institución.
7. **Estrategias de sostenibilidad** social y política/ redes
8. **Antecedentes en prácticas o políticas de comunicación** propias: estrategias que desarrollan, medios, territorios digitales en los que participan (web, redes); responsables de comunicación
9. **Diagnóstico** de principales problemáticas de la institución/ organización
10. **Definición de la práctica comunicacional.** ¿Qué problemáticas requieren un abordaje comunicacional? ¿Qué tipo de abordaje se podría proponer?

Fecha de entrega del informe: 30 de noviembre de 2026 (tentativo)

2.- Módulo de Práctica Profesional de 40 hs. en la institución y/u organización elegida

Este módulo es únicamente para cursantes de la Especialización (EPIC). El Trabajo será un Plan Estratégico con monitoreos a través de encuentros personales de seguimiento, talleres y encuentros grupales de experiencias compartidas con las docentes a cargo.

El **Plan Estratégico** de intervención desde la comunicación debe sumar al informe

1. Planteo del desafío principal y su construcción como problemática.

2. Formulación de objetivos general y específicos
3. Planteo de metas en relación a recursos y actores
4. Definición de acciones y medios con un calendario
5. Propuesta de indicadores y modo de evaluación

Fecha de entrega del Plan Estratégico: 15 de febrero de 2027 (tentativo)

Condiciones de aprobación

Para aprobar el espacio curricular de la práctica, todos los cursantes deberán acreditar asistencia al encuentro presencial y aprobar el Informe correspondiente.

En el caso de los inscriptos de la Especialización, deberán acreditar además el Plan Estratégico en instituciones u organizaciones (Módulo de Práctica Profesional). Para la elaboración del Plan Estratégico la Facultad firmará actas acuerdo con las entidades. En la evaluación participarán tanto los docentes responsables como los referentes de la institución u organización elegida.