



**DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE LIC. EN RELACIONES PÚBLICAS**

Programa de la Asignatura: Seminario de Tópicos de Avanzada

Código asignatura: 2731

Año: 2023

Cátedra:

Prof. Adjunto a cargo: Santiago Aragón

Carga horaria: 4 horas semanales, cursada cuatrimestral.

Modalidad de Cursada (Marque con una cruz)¹:

A) Presencial	x	C) Con una comisión virtual para recursantes	
		D) Con una comisión virtual	
B) Semipresencial		C) Con una comisión virtual para recursantes	
		D) Con una comisión virtual	

1) Fundamentación:

El Seminario de Tópicos de Avanzada tiene por finalidad articular la perspectiva académica, técnica y profesional, incorporando escenarios y problemáticas que se vinculen con los principales desafíos de la disciplina de las Relaciones Públicas. En este marco, los Asuntos Públicos surgen como un tema que, por su vigencia y su influencia, exige un abordaje curricular en pos de incorporar nuevas perspectivas y elementos que permitan comprender su complejidad.

En este trayecto, conviene revisar los puntos en común y las diferencias entre los ámbitos públicos y privados y, además, entre los conceptos de instituciones y de organizaciones. La finalidad de esta distinción es establecer mecanismos comunes, atendiendo, además, la especificidad que exigen las particularidades de cada uno de los modelos estudiados.

Para completar este análisis, conviene revisar en qué medida se han reformulado la idea de medios y de públicos. Para efectuar este proceso deben contemplarse dos variables: por un

¹ En todos los casos, las asignaturas pueden ser A) Presencial o B) Semipresencial. Adicionalmente, en algunos casos, puede ofrecerse una comisión Virtual para recursantes (C) o una virtual abierta a todas/os las/los estudiantes.

lado, la evolución de los estudios vinculados con estos elementos, que han permitido aumentar la precisión en relación al estudio de los efectos; por el otro, la influencia transversal de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

El modelo de vinculación entre los actores involucrados, es transaccional. Bajo esta perspectiva se incorporan los conceptos de actores, intereses, negociación y consensos, que resultan claves para comprender el grado de complejidad presente en las relaciones entre instituciones, dirigentes y usuarios.

La gestión de los Asuntos Públicos, entendida como la estrategia de intercambio y relacionamiento entre instituciones, organizaciones, medios y públicos, permite establecer el grado de importancia que esta perspectiva tiene sobre el desarrollo profesional y su influencia en el escenario delimitado por el Espacio Público.

Para comenzar el recorrido, realizaremos una reflexión sobre la dinámica de las organizaciones. En este paso, se combinarán tres elementos. En primer lugar, se abordarán los modelos de gestión de los Asuntos Públicos, a partir de los desafíos que representan. Sobre esta base, se delimitarán las concepciones de institución y de organización, caracterizando sus roles y sus funciones. Finalmente, vincularemos esa concepción con las estrategias de tomas de decisiones y la capacidad de producir inteligencia colectiva.

En la segunda unidad se realizará un recorrido técnico profesional, con la finalidad de explorar los niveles de decisión y el proceso estratégico, analizando los elementos que intervienen en la gestión. En un primer nivel, el político, se establecerá la necesidad de vincularse con un propósito y los grados de cohesión que éste debe guardar con el mensaje y los contenidos dentro de una organización.

En el nivel estratégico, se estudiarán los fundamentos de los proyectos institucionales y la manera en la que se vinculan con los elementos técnicos, para poder llevarlos a cabo.

En el nivel operacional, se recorrerán los mecanismos involucrados en el dispositivo D-LEMP, Líder-Equipo-Marca-Producto, estableciendo los modos de relación. En la referencia al liderazgo, el desplazamiento del rol cercano al trascendente; en el equipo, su diferenciación con relación al concepto de grupo; en marca, el juego de la identidad y las subjetividades; y en producto, la capacidad de materializar el mensaje y la identidad organizacional.

En el nivel táctico, la correspondencia entre el decir y el hacer, y su articulación con los aspectos técnicos, completan el análisis sobre el proceso estratégico y sus modos de implementación.

En la tercera unidad, los sistemas de relaciones permiten integrar la visión estratégica y la operativa, en su vinculación con los medios y los públicos. Además, se observarán las modificaciones en el ecosistema mediático, producto de su migración digital y la dispersión de los públicos en un tipo de consumo multiplataforma.

El abordaje de los Asuntos Públicos y sus implicancias en el ámbito académico y profesional, resulta un tema de interés para el desarrollo de una perspectiva en la que las nociones de institución, agentes y públicos pueden pensarse desde una perspectiva sistémica.

Considerar estos elementos en su conjunto, permite considerar la complejidad del Espacio Público y sus implicancias.

2) Objetivos Estructurales

Al finalizar el estudiante estará en condiciones de:

Objetivo General:

- Comprender el campo de actuación de las Ciencias Sociales como una incumbenciaprofesional de las carreras afines a la comunicación
- Abordar la concepción de los Asuntos públicos y sus implicancias, en torno a la idea deEspacio Público, organizaciones, instituciones y públicos
- Aportar herramientas estratégicas que el alumno puede aplicar en su carrera profesionalfutura.

Objetivos Específicos:

- Conozca los fundamentos centrales de la disciplina de Asuntos Públicos.
- Entienda los fundamentos de diferentes modelos de Espacio Público.
- Integre los conceptos de organización, institución y públicos, en el marco de losmodelos de gestión
- Reflexione sobre los niveles de diseño estratégico
- Identifique la importancia de la noción de espacio público y su vinculación con eldesarrollo de las sociedades posmodernas.
- Articule los niveles políticos, estratégicos, operacionales, tácticos y técnicos
- Profundice en las complejidades de las relaciones entre instituciones públicas,sistemas de medios y sociedades.
- Relacione los campos o variables con la naturaleza de la profesión que desarrolla.
- Perciba los elementos involucrados en la idea de negociación.
- Interprete los principales contenidos vinculados con el desarrollo de cada unidad.
- Comprenda en qué términos una estrategia puede resultar eficiente.
- Reconozca la importancia de la circulación de la información en la consolidación deprocesos individuales y colectivos.
- Identifique las diferentes características que son constitutivas de las variables a desarrollar.
- Adquiera el hábito de la lectura crítica de los mensajes políticos.
- Comprenda los desafíos éticos inherentes al campo de incumbencia del profesional enRelaciones Públicas.
- Adopte los conocimientos y las herramientas vertidos en la materia y los utilice deforma profesional y responsable.

3) Unidades Didácticas:

- **Unidad 1: Dinámica de las organizaciones**

Gestión de los asuntos públicos. Consensos y disensos. Relaciones de poder: estructuras y funciones. Modelo ABCD de asuntos públicos. Tensiones e intereses entre jugadores e instituciones.

Desafíos de las organizaciones. Sistema de flujos. Especialización. Formalización del comportamiento y factores de contingencia. Las condiciones de una nueva institucionalidad. Modelos de toma de decisiones. Generación de inteligencia a escala. Identidades y analogías

- **Unidad 2: Niveles de decisión y proceso estratégico**

Niveles de decisión y proceso estratégico.

Nivel político. Propósitos. Diseño y gestión de mensaje. Construcción y uso de los problemas sociales. Espectáculo, lenguaje y realidad. Mito político y comunicación de gobierno. Organización y estructura del relato. La campaña permanente.

Nivel estratégico. Dimensiones de la estrategia. Anticipación. Decisión. Método. Posición y ventaja. Marco de referencia. Perspectiva y visión. Discurso y lógica de acción Subjetividad y construcción de sentido. Teoría de la complejidad. Plataforma de decisiones, Niveles de planificación

Nivel operacional. Líder y equipo. Gestión del liderazgo. Compromiso, valores y prácticas. El liderazgo en etapas evolutivas. Estrategias de aparición

Marca y producto. Identidad y significados. Influencia de la personalidad de marca. Cultura organizacional y branding ontológico.

Nivel táctico. Teoría, campos y mecanismos. El desarrollo de una interfaz eficiente. Equilibrio. Normas sociales. Negociación. Instituciones y cambio social.

- **Unidad 3: Sistemas de relaciones**

Comunicación y medios. Efectos mediáticos. Contextos. Modalidades de recepción. Realidades discursivas y producciones mediadas. Contextos culturales de medios y comunicación. Opinión pública, vida social, actores individuales y colectivos.

Poder e intercambio. Estructuras de estratificación y espacio público comunicacional. Cultura política y orden social Gestión de contenidos. Marcos cognitivos. Usos y funciones. Identidad y performatividad. Comunicación política, marketing político y comunicación electoral. Construcción de versiones.

4) Bibliografía General

Unidad 1 – Dinámica de las organizaciones

- ELIZALDE, LUCIANO – Gestión de la comunicación pública
- MINTZBERG, HENRY - La estructuración de las organizaciones
- DOUGLAS, MARY – Como piensas las instituciones

Unidad 2 – Niveles de decisión y proceso estratégico

Nivel político

- EDELMAN, Murray – La construcción del espectáculo político
- RIORDA, Mario – Comunicación gubernamental en acción

Nivel estratégico

- PÉREZ, Rafael Alberto – Estrategias de comunicación
- GÚZMAN RAMÍREZ, Haydeé – Comunicación estratégica: interfaz relacional entre organización y sus stakeholders

Nivel operacional

- ELIZALDE, Luciano Ávalos, Tito – LÍDER, EQUIPO, MARCA, PRODUCTO Las claves para que las cosas sucedan

Nivel táctico

- ELSTER, Jon – La explicación del comportamiento social

UNIDAD 3 – Sistemas de relaciones

- JENSEN, KLAUS – La comunicación y los medios
- MORA Y ARAUJO, Manuel – El poder de la conversación
- LAKOFF, GEORGE – No pienses en un elefante

Bibliografía Complementaria

- La condición de la posmodernidad – David Harvey
- Sociología del posmodernismo – Scott Lash
- Las ilusiones del posmodernismo – Terry Eagleton
- Identidad cultural y proceso global – Jonathan Friedman
- Investigación sobre los modos de existencia – Bruno Latour
- Teoría de la acción comunicativa – Jürgen Habermas
- Nacimiento de la biopolítica – Michel Foucault
- En torno a lo político – Chantal Mouffe
- La cultura del nuevo capitalismo – Richard Sennett
- Caída libre- Joseph Stiglitz
- Sociología del cambio global- Piotr Sztompka
- La doctrina del shock- Naomi Klein
- Sociología de la comunicación y de los medios – Eric Maigret
- Pensar la comunicación – Dominic Wolton
- Teoría de la comunicación humana – Paul Watzlawick
- Interpretar la comunicación – Miguel de Moragas Spa

- Oficio de cartógrafo – Jesús Martín Barbero
- El artesano – Richard Sennett
- Juntos – Richard Sennett
- Investigación sobre los modos de existencia – Bruno Latour
- El ascenso de las incertidumbres – Robert Castel
- Multiculturalismo revolucionario- Peter Mc Laren
- Homo Sampler – Eloy Fernández Porta
- Zigzag – Hans Enzensberger
- El concepto de lo mental – Gilbert Ryle
- Identidad cultural y proceso global– Jonathan Friedman
- El trabajo de las sociedades – Francois Dubet

5) Cronograma de actividades

1	Presentación del programa de la asignatura y de la modalidad de trabajo. Introducción al concepto de Asuntos Públicos y su vinculación con los subsistemas políticos, mediáticos y sociales
2	Gestión de los asuntos públicos. Gestión de consensos y disensos. Relaciones de poder. Estructuras y funciones. Modelo ABCD de asuntos públicos. Jugadores e instituciones.
3	Desafíos de las organizaciones. Sistema de flujos. Especialización. Formalización del comportamiento. Factores de contingencia. Entorno y poder
4	Hacia una nueva institucionalidad. Toma de decisiones. Clasificaciones. Grupos latentes. Generación de inteligencia a escala. Identidades y analogías
5	Niveles de decisión y proceso estratégico. Nivel político. Propósito y diseño de mensaje. Construcción y uso de los problemas sociales. Líderes y enemigos políticos. Espectáculo, lenguaje y realidad
6	Mito político y comunicación de gobierno. Organización y estructura del relato. La gestión como mensaje. La campaña permanente. Modelización del liderazgo
7	Nivel estratégico. Dimensiones de la estrategia. Anticipación. Decisión. Método. Posición y ventaja. Marco de referencia. Perspectiva y visión. Discurso y lógica de acción

8	Nivel estratégico. Identidad organizacional. Subjetividad y construcción desentido. Teoría de la complejidad. Plataforma de decisiones estratégicas. Convivencia con los públicos
9	Encuentro de integración con invitado: El sentido de la estrategia y los niveles de planificación
10	Nivel operacional. Líder y equipo. Gestión del liderazgo. Compromiso, valores y prácticas. El liderazgo en etapas evolutivas. Liderazgo cercano, presencial o trascendente. Estrategias de aparición
11	Nivel operacional. Marca y producto. Identidad y significados. Influencia de la personalidad de marca. Estructura de experiencia. Cultura organizacional y branding ontológico.
12	Nivel táctico. Teoría, campos y mecanismos. El desarrollo de una interfazeficiente. Equilibrio. Normas sociales. Negociación. Instituciones y cambio social.
13	Comunicación y medios. Efectos mediáticos. Contextos. Modalidades de recepción. Realidades discursivas. Producciones mediadas. Contextos culturales de medios y comunicación.
14	Opinión pública. La vida social. Actores individuales y colectivos. Poder e intercambio. Estructuras de estratificación. Espacio público comunicacional. Cultura política y orden social
15	Gestión de contenidos. Marcos cognitivos. Usos y funciones. Identidad y performatividad. Comunicación política, marketing político y comunicación electoral. Construcción de versiones.
16	Cierre de cursada

6) Modalidades del proceso de orientación del aprendizaje

6.1. Previsiones metodológicas y pedagógicas

El seminario contempla dos modalidades, vinculadas con las partes en que está organizado. En la primera, se utilizará la estructura de encuentros teóricos y prácticos, relacionando los conceptos de cada texto con problemáticas relacionadas con las carreras y sus formas de profesionalización.

Se contará con apoyo audiovisual y distintas estrategias de trabajo en equipo. En la segunda parte, la modalidad de taller se utilizará, para explorar las distintas alternativas conceptuales que proveen los textos, acompañados de exposiciones orales por parte de los participantes. Durante toda la cursada, el seminario contará con el desarrollo de la plataforma Edmodo,

en la modalidad aula virtual, para agregar contenido entre encuentros y facilitar la realización y entrega de los trabajos prácticos

6.2. Actividades que se realizarán en las horas presenciales y en las virtuales²

- Clases expositivas con apoyo de material audiovisual
- Diseño de presentaciones para modalidad sincrónica
- Desarrollo de e-learning para modalidad asincrónica.

6.3. Articulación de actividades presenciales y virtuales³

No aplica

6.4. Interacciones docentes-estudiantes, y estudiantes-estudiantes previstas

- Material gráfica y audiovisual por el análisis de las temáticas vinculadas con la actualidad
- Desarrollo de una grilla de trabajos para conciliar criterios de investigación, creatividad, relación, análisis y síntesis.

6.5. Mecanismos de seguimiento, supervisión y evaluación de las actividades

- Encuentros integradores por unidad.
- Presentaciones individuales de trabajos integradores correspondientes a los contenidos abordados

7) Gestión de Cátedra

El seminario prevé una gestión orientada a articular las distintas temáticas que forman parte de la bibliografía. Para esto elegimos recursos que permitan interactuar en forma permanente con nuestros estudiantes. El objetivo es poder abordar la complejidad de contenidos que integran las unidades que elegimos. Para esto, nos apoyamos en la aplicación EDMODO, que nos permite interactuar de forma permanente con los estudiantes. La plataforma también es el recurso elegido para la entrega de trabajos prácticos y la consulta a la bibliografía propuesta por la cátedra. La temática del Seminario, que reflexiona en torno a las mutaciones del Espacio Público, hace que los contenidos sean diversos, por eso es que elegimos una estrategia de evaluación que contempla la realización de trabajos prácticos semanales, a fin de considerar los distintos aspectos propuestos por la bibliografía y los encuentros presenciales. En ese marco, también se ofrece dentro de cada encuentro un espacio para el debate en torno a la relación entre el material propuesto y la información proporcionada por los distintos sucesos de coyuntura.

² Si es una asignatura con comisiones sólo con modalidad presencial, responder solamente las actividades presenciales.

³ Si es una asignatura con comisiones sólo con modalidad presencial, corresponde "No Aplica".

8) Evaluaciones

Asistencia obligatoria al 75% de las clases teóricas y prácticas.

Se prevén 28 entregas de trabajos prácticos que, en su totalidad, suman 100 puntos.

Los 28 trabajos propuestos en la materia tienen un valor asignado de tres y cinco puntos, agrupados de la siguiente manera:

- Ocho trabajos prácticos integradores de carácter obligatorio (Cinco puntos asignados a cada uno)
- Veinte trabajos de control de lectura, reflexión y creatividad (Tres puntos asignados a cada uno)

El total de la grilla representa 100 unidades.

9) Régimen de Promoción

- Entre 40 y 69 unidades, de la grilla de trabajos prácticos, el asistente al Seminario obtendrá la regularidad del mismo y el derecho al examen final que integra la totalidad de la bibliografía propuesta en el programa.

- Entre 70 y 100 unidades, el asistente accederá a la condición de Promoción.

La no presentación de los trabajos estipulados como obligatorios implica quedar en condición de libre en relación con la cursada.