

Curso de posgrado

Comunicación Estratégica y Territorial en turismo y ambiente

Modalidad: Online

Carga horaria: 30 horas

Docente a cargo: Mgtr. Mauro Aguirre

Docente colaboradora: Lic. Celeste Camacho

Fundamentación

La comunicación en contextos territoriales constituye un campo estratégico en el que convergen dimensiones simbólicas, políticas, afectivas y materiales. En escenarios atravesados por crisis climáticas, desigualdades socioambientales y disputas en torno al desarrollo, la comunicación emerge como un territorio transdisciplinario que articula saberes populares, académicos y técnicos para la construcción colectiva de sentidos (Gavirati, 2016). Esta perspectiva reconoce que la producción de información, los vínculos comunitarios y los modos de narrar los conflictos y las soluciones influyen directamente en la gobernanza y en la sostenibilidad de los territorios.

Diversos enfoques latinoamericanos sostienen la necesidad de descolonizar las nociones de desarrollo e incorporar epistemologías alternativas que amplíen los horizontes de la acción comunicacional. La educomunicación y la comunicación para el buen vivir (Alfaro, 2022; Barranquero y Sáez, 2015) sitúan la praxis comunicacional en procesos dialógicos, participativos y emancipadores. En esta línea, la comunicación estratégica (Massoni, 2019) se redefine más allá de modelos lineales, enfatizando su carácter relacional, cognitivo y conversacional.

Las agendas globales (ODS, BID, Pacto Global, GRI) requieren traducciones territoriales que solo pueden realizarse mediante estrategias comunicacionales situadas, participativas y accesibles. En este marco, las artes, la cultura y las humanidades digitales amplían las posibilidades de intervención en turismo y ambiente: prácticas artísticas, laboratorios ciudadanos, arte-tecnología y procesos de narración digital reconfiguran sensibilidades, activan memorias territoriales y habilitan narrativas transmedia.

Este curso se dirige a profesionales que trabajan o aspiran a trabajar en comunicación institucional, comunitaria o territorial vinculada al turismo y el ambiente, brindando herramientas teóricas y metodológicas para el diseño de estrategias situadas, participativas y éticamente fundamentadas.

Destinatarias/os: Profesionales graduados/as de carreras de cuatro años o más de duración. Excepcionalmente se admitirán estudiantes del último año de carreras, en cuyo caso el cursado no podrá acreditarse en el grado. Quienes cuenten con titulación de tecnicaturas solo podrán certificar el curso en carácter de asistentes.

Cupo mínimo: 5 inscriptos

Cupo máximo: 30 inscriptos

Objetivo general

Desarrollar capacidades para el análisis, diseño e implementación de estrategias de comunicación comunitaria y territorial en contextos vinculados al turismo responsable y la sostenibilidad ambiental, integrando perspectivas críticas latinoamericanas, recursos transmedia y herramientas digitales con enfoque ético y situado.

Objetivos específicos

Identificar enfoques, paradigmas y dimensiones políticas, afectivas y territoriales que atraviesan la comunicación ambiental, comunitaria y para el buen vivir.

Caracterizar narrativas e imaginarios vinculados al turismo y el ambiente, reconociendo tensiones, conflictos y oportunidades de intervención comunicacional.

Aplicar herramientas transmedia, narrativas digitales y tecnologías emergentes para la producción de contenidos y acciones comunicacionales situadas.

Incorporar criterios éticos, interculturales y de justicia ambiental en la formulación de mensajes y estrategias de comunicación.

Diseñar propuestas comunicacionales participativas integrando metodologías de educomunicación y recursos digitales desde una perspectiva crítica.

Contenidos y bibliografía

Módulo 1. Paradigmas y enfoques contemporáneos en comunicación

Enfoques de la comunicación ambiental y territorial: participativo, estratégico, comunitario y educacional. Comunicación estratégica: comunicación como diseño de sentido, relacionalidad y emergencia. Comunicación para el Buen Vivir. Sostenibilidad y traducción territorial de agendas globales.

Bibliografía obligatoria

- Alfaro, R. (1993). La comunicación como relación para el desarrollo. En *Una comunicación para otro desarrollo* (pp. 27-39). Calandria.
- Barranquero Carretero, A., y Sáez Baeza, C. (2015). Comunicación y buen vivir. La crítica descolonial y ecológica a la comunicación para el desarrollo y el cambio social. *Palabra Clave*, 18(1), 41-82. <https://doi.org/10.5294/pacla.2015.18.1.3>
- Gavirati, P. (2016). La comunicación ambiental, territorio transdisciplinario emergente. *La Trama de la Comunicación*, 20(1), 109–127. <https://doi.org/10.35305/lt.v20i1.565>
- Leff, E. (2004). *Racionalidad ambiental: La reapropiación social de la naturaleza*. Siglo XXI.
- Mares, L. (2022). *La comunicación ambiental, aproximaciones teórico-interdisciplinarias*. [Indicar editorial o institución si aplica].
- Massoni, S. (2007). La multidimensionalidad de lo real y el abordaje comunicacional para el desarrollo sostenible. En *Estrategias: Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido* (pp. 71–79). Homo Sapiens.

Bibliografía complementaria

- Escobar, A. (2014). *Sentipensar con la tierra*. Ediciones UNAULA.
- Ferrari, M., & Durán, A. (2019). Retos desde la comunicación para la sostenibilidad. *Obra Digital*, (16), 9–12. <https://doi.org/10.25029/od.2019.232.16>
- Quijano, A. (2000). Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina. En E. Lander (Comp.), *La colonialidad del saber: Eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas latinoamericanas* (pp. 201-246). CLACSO.
- Svampa, M. (2019). *Las fronteras del neoextractivismo en América Latina*. CALAS / Universidad de Guadalajara.

Módulo 2. Comunicación territorial, institucional y para la sostenibilidad

Modelos de comunicación territorial: comunitaria, institucional y de gestión pública.

Comunicación para la gestión de riesgos, crisis y conflictos. Mapeo de actores, análisis de escenarios y gobernanza colaborativa. Estrategias comunicacionales situadas para proyectos en turismo y ambiente. Experiencias de comunicación para la sostenibilidad: casos de gestión ambiental local y financiamiento internacional (BID, ODS).

Bibliografía obligatoria

Alberich Nistal, T. (2008). IAP, redes y mapas sociales: desde la investigación a la intervención social. *Portularia*, 8(1), 131–151.

Cimadevilla, G. (2004). *Dominios: Crítica a la razón intervencionista, la comunicación y el desarrollo sustentable*. Prometeo.

Massoni, S. (2000). Estrategias de comunicación: tiempo de investigarnos vivos. *Comunicación y Sociedad*, (37), 87–109.

Navarro Celis, F., Calle García, Z., y Pérez Morán, G. (2020). Estrategias comunicacionales en el sector turismo. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(1), 77–90.

Ruiz de Galarreta, N. (2020). La comunicación pública de la ciencia en Argentina, los casos de "El Gato y La Caja" y "CONICET Dialoga". *Enclave Comahue*, (26), 114–149.

Bibliografía complementaria

Banco Interamericano de Desarrollo. (s.f.). *Página principal*. <https://www.iadb.org/es>

Global Reporting Initiative. (s.f.). *Página principal*. <https://www.globalreporting.org/>

Organización de las Naciones Unidas. (s.f.). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. <https://www.un.org/es/common-agenda/sustainable-development-goals>

Módulo 3. Narrativas territoriales, storytelling y lenguajes expresivos

Narrativas y relatos territoriales: memoria, identidad, afectividad y disputas de sentido. Storytelling y storydoing aplicados al ambiente y el turismo. Ética, estética y política del discurso ambiental. Medios, arte y comunicación: lenguajes visuales, sonoros, performáticos y experimentales. Cartografías vivenciales y metodologías creativas para la construcción de relatos.

Bibliografía obligatoria

Ardini, C., y Caminos, A. (2018). Contar (las) historias: manual para experiencias transmedia sociales. En C. Ardini (Ed.), *Mutual Conexión*. Universitas.

De Lara González, A., y Arias Robles, F. (Comps.). (2017). *Mediamorfosis: Perspectivas sobre la innovación en periodismo*. Universitas Miguel Hernández.

- Giraldo, F., y Toro, I. (2020). *Afectividad ambiental: Sensibilidad, empatía, estéticas del habitar*. Universidad Veracruzana.
- Haraway, D. (2019). *Seguir con el problema: Generar parentesco en el Chthuluceno*. Consonni.
- Herrera Lima, S. (2018). Lo socioambiental como objeto de comunicación. En *Comunicar ciencia en México: Prácticas y escenarios*. ITESO.
- Irigaray, F., y Lovato, A. (2014). *Hacia una comunicación transmedia*. UNR Editora.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Paidós.
- Rost, A. (2013). Narrativas periodísticas en la web: ejemplos y herramientas. En F. Irigaray, D. Ceballos, y M. Manna (Eds.), *Webperiodismo en un ecosistema líquido* (pp. [insertar páginas si las tienes]). Laborde Libros.
- Scolari, C. (2013). *Narrativas transmedia: Cuando todos los medios cuentan*. Deusto.

Módulo 4. Humanidades digitales, IA y tecnologías aplicadas

Herramientas digitales para la comunicación territorial: redes sociales, plataformas colaborativas y visualización. Humanidades digitales: narrativas digitales, visualización de datos, metadatos y archivos comunitarios. Inteligencia artificial aplicada al ambiente, la comunicación y el turismo: usos éticos, límites, accesibilidad y automatización. Herramientas transmedia para campañas de sensibilización ambiental y turística.

Bibliografía obligatoria

- Costa, F. (2021). *Tecnoceno: Algoritmos, biohackers y nuevas formas de vida*. Taurus.
- Couldry, N., y Mejias, U. (2019). *The costs of connection: How data is colonizing human life and appropriating it for capitalism*. Stanford University Press.
- Da Silva, V., Silva, A., y Neves, M. (2006). A falácia da neutralidade tecnológica: perspectivas feministas e decoloniais sobre a inteligência artificial na educação. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*, 18(10).
- De Sousa Santos, B. (2006). *Conocer desde el Sur: Para una cultura política emancipatoria*. Universidad de los Andes.
- Ferrarelli, M. (2021). Alfabetismos aumentados: Producir, expresarse y colaborar en la cultura digital. *Austral Comunicación*, 10(2). <https://doi.org/10.26422/aucom.2021.1002.fer>
- Zubeldía Brenner, L., y Blinder, D. (2022). Soberanía tecnológica: debates, discursos y políticas públicas. *Revista Ucronías*, (6).

Bibliografía complementaria

- Lafuente, A., y Corsín Jiménez, A. (2010). Comunidades de afectados, procomún y ciencia ciudadana. *Nómadas*, (33), 11–22.
- Ricaurte, P. (2019). Data epistemologies, the coloniality of power, and resistance. *Television & New Media*, 20(4), 350–365. <https://doi.org/10.1177/1527476419831640>

Módulos 5–6. Diseño estratégico y proyecto comunicacional

Metodologías participativas para el diseño comunicacional. Investigación-acción participativa: diagnóstico, co-diseño y evaluación. Formulación de estrategias territoriales (objetivos, actores, tensiones, lenguajes, dispositivos). Producción del proyecto final: prototipado, narrativa, soportes transmedia, justificación teórica y enfoque situado.

Bibliografía obligatoria

- Ceraso, C., Manchiola, S., y Pérez, M. (2011). *Sembrando mi tierra de futuro: Comunicación, planificación y gestión para el desarrollo local*. EPC UNLP.
- Fals Borda, O. (2015). *Una sociología sentipensante para América Latina*. Siglo XXI / CLACSO.
- Kaplún, M. (2002). *Una pedagogía de la comunicación (el comunicador popular)*. Editorial Caminos.
- Massoni, S. (2005). Estrategias como mapas para navegar un mundo fluido. *FISEC-Estrategias*, 1(2), 61–83.
- Najmanovich, D. (2008). *Mirar con nuevos ojos: Nuevos paradigmas en la ciencia y pensamiento complejo* (2.ª ed.). Biblos.
- Uranga, W. (2007). *Mirar desde la comunicación: Una manera de analizar las prácticas sociales* [Documento de cátedra]. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires.
- Walsh, C. (2013). *Pedagogías decoloniales: Prácticas insurgentes de resistir, (re)existir y (re)vivir*. Ediciones Abya-Yala.

Bibliografía complementaria

- Ocampo, D. (2018). La comunicación estratégica y las narrativas transmedia en los ecosistemas digitales. *Revista e-ikon*, 5(1), 31–38.
- Prieto Castillo, D. (1990). *Diagnóstico de comunicación*. CIESPAL.

Cronograma de cursado

Encuentro	Fecha y horario	Contenidos / Actividades	Modalidad
-----------	-----------------	--------------------------	-----------

1	Jueves 21/5 18 a 21 h	Módulo 1 — Paradigmas y enfoques contemporáneos. Presentación del curso y del proyecto integrador. Comunicación ambiental y territorial: perspectivas históricas y actuales. Comunicación para el buen vivir y enfoques latinoamericanos. Debate introductorio sobre territorio y comunicación.	Virtual sincrónico
2	Jueves 28/4 18 a 21 h	Módulo 2 — Comunicación territorial e institucional. Modelos de comunicación territorial, gestión de riesgos y gobernanza. Mapeo de actores y análisis de escenarios. Experiencia invitada: referente del Municipio de La Para (Córdoba) sobre comunicación para la sostenibilidad y proyecto de reciclado con financiamiento BID.	Virtual sincrónico
3	Jueves 4/6 18 a 21 h	Módulo 3 — Narrativas territoriales, storytelling y lenguajes expresivos. Relatos de territorio: identidad, memoria y afectividad. Storytelling y storydoing en turismo y ambiente: análisis de casos y materiales de referencia (videos, imágenes, campañas). Ética y estética del discurso ambiental.	Virtual sincrónico
4	Jueves 11/6 18 a 21 h	Módulo 4 — Humanidades digitales, IA y tecnologías aplicadas. Herramientas digitales y transmedia para la comunicación territorial. IA aplicada al ambiente y el turismo: usos éticos y críticos. Presentación de modelos y recursos (visualización de datos, archivos comunitarios, narrativas digitales).	Virtual sincrónico
5	Jueves 18/6 18 a 21 h	Módulo 5 — Diseño estratégico I. Metodologías participativas: investigación-acción participativa, diagnóstico y co-diseño. Taller: definición del problema comunicacional, mapeo de actores y formulación de objetivos. Revisión de avances del proyecto.	Virtual sincrónico
6	Jueves 25/6 18 a 21 h	Módulo 6 — Diseño estratégico II y presentación final. Taller de producción y cierre: prototipado de estrategias, soportes transmedia y justificación teórica. Presentación de proyectos finales. Devolución colectiva y cierre del curso.	Virtual sincrónico

Modalidad de cursado

El curso se desarrolla en modalidad virtual, combinando 6 encuentros sincrónicos de 3 horas cada uno (18 horas en total) con actividades asincrónicas equivalentes a 12 horas, distribuidas a lo largo del cursado a través del aula virtual de la UPC.

Encuentros sincrónicos (18 hs)

Los encuentros se desarrollarán en formato de clase teórico-dialogada con instancias participativas. Se incluirán recursos audiovisuales de referencia (videos de casos, campañas, proyectos reales), análisis de imágenes y modelos, y talleres de diseño colaborativo. Las clases contarán con momentos de exposición docente, discusión colectiva y trabajo práctico. En el encuentro 2 se prevé la participación de un/a referente del Municipio de La Para (Córdoba) como invitado/a externo/a para abordar la experiencia de comunicación para la sostenibilidad y el proyecto de gestión de residuos financiado por el BID.

Actividades asincrónicas (12 hs)

Las actividades asincrónicas están diseñadas para profundizar los contenidos, promover la

reflexión individual y avanzar en el proyecto final. Se organizan en cuatro modalidades:

- Lecturas y análisis guiado (4 hs): cada módulo incluirá una selección bibliográfica obligatoria acompañada de una guía de lectura con preguntas orientadoras. Las/os participantes realizarán una síntesis escrita o un mapa conceptual que subirán al aula virtual antes del siguiente encuentro sincrónico.
- Análisis de casos y recursos audiovisuales (3 hs): visualización y análisis de materiales de referencia (campañas de comunicación en ambiente y/o turismo, proyectos transmedia, spots de storytelling territorial) con consignas de reflexión crítica disponibles en el aula virtual.
- Bitácora de proceso/portafolio (3 hs): registro progresivo individual o grupal donde las/os estudiantes documentan avances, decisiones y aprendizajes del proceso de diseño del proyecto final. Se propone un formato flexible: texto, audio, imágenes u otros lenguajes.
- Avances del proyecto final (2 hs): consignas estructuradas para el desarrollo de etapas del proyecto comunicacional (diagnóstico territorial, mapeo de actores, propuesta estratégica), con devolución docente a través del aula virtual.

Evaluación

La evaluación será procesual-formativa y final integradora, considerando el proceso completo de aprendizaje y la producción del proyecto comunicacional.

Requisitos de aprobación

- 80% de asistencia a los encuentros sincrónicos.
- Participación en las actividades asincrónicas (lecturas, análisis de casos, bitácora de proceso).
- Presentación y entrega del proyecto comunicacional final aplicado a un caso real o simulado, integrando: análisis del territorio, mapeo de actores, definición del problema, objetivos, narrativa y herramientas propuestas.
- Entrega de un informe reflexivo breve articulando los contenidos teóricos del curso con las decisiones tomadas en el proyecto.
- Aprobar las instancias con una calificación de 7 o más en escala de 1 a 10.

Criterios de evaluación

- Identificación y formulación del problema comunicacional: capacidad de delimitar un problema

pertinente, contextualizado y susceptible de abordaje comunicacional.

- Integración conceptual: uso pertinente de marcos teóricos de la comunicación estratégica, territorial y comunitaria.
- Análisis territorial y mapeo de actores: identificación de actores, relaciones, tensiones y recursos del territorio.
- Diseño y fundamentación de la estrategia: coherencia entre diagnóstico, objetivos, públicos, mensajes y herramientas.
- Criterios éticos y enfoque situado: consideración de diversidad sociocultural, sostenibilidad, accesibilidad y saberes locales.
- Reflexividad profesional: capacidad de justificar decisiones y valorar aprendizajes del proceso.
- Calidad comunicacional de la presentación.

El proyecto podrá presentarse en formato escrito, audiovisual, transmedia o híbrido (arte–tecnología), con criterios de accesibilidad y ética comunicacional.