

TALLER DE PLANIFICACIÓN DE LA COMUNICACIÓN

Adecuación a contenidos del:

Taller de Diagnóstico y Planificación de la Comunicación en Instituciones y Organizaciones
(Plan de estudios 2014.)

Cátedra:

Mag. Jorge SALDUONDO
Lic. Gabriela J. LOUSTAUNAU

PROGRAMA 2018

FUNDAMENTACIÓN

Tanto el estudio como la práctica de la comunicación se concentraron por mucho tiempo en los medios masivos y en la resolución de problemas en la imagen de las organizaciones en relación con aquellos. Hoy se tiene conciencia de la existencia de nuevos espacios de la comunicación que se visualizan desde las organizaciones y la compleja urdimbre de las redes sociales. Esta observación es condición vertebral para una comprensión más holística de la Comunicación Social.

El campo de salud, el de la educación, el de los programas asistenciales, los sindicatos y mutuales, los partidos políticos, las entidades que se vinculan con el comercio, la industria, el agro o el deporte, las ONGs y, por supuesto, tanto el campo mismo de los medios gráficos y audiovisuales como los diferentes grupos que se organizan institucionalmente, son sectores sociales que presentan, cada vez más, necesidades de expertos en diseño, planificación y ejecución de estrategias de intervención social y comunicacional.

La Economía Social y Solidaria (ESS) entre otras, aparece como un escenario propicio para la intervención de los/as planificadores de la comunicación. Entendida como una economía alternativa a la economía capitalista es sostenida por pilares como: el trabajo autogestionado, el impulso de formas asociativas cooperativas y solidarias y el acento en el ser humano y la reproducción de la vida; todo esto conlleva una dimensión político-ideológica que apunta a producir otra sociedad al tiempo que otra economía. (Coraggio, 2003)

A la aplicación de las artes y oficios de la comunicación, como productores, y al análisis de los discursos como consumidores, receptores y usuarios de ellos, es necesario incorporar la capacidad de diagnosticar u orientar la elaboración de diagnósticos desde los actores sociales directos de las organizaciones con las que se interactúa. También es necesario contar con los saberes o habilidades que permitan diseñar planificaciones para poder resolver las problemáticas identificadas, potenciar la organización y contribuir al logro de los objetivos teniendo en cuenta las características y diferentes cortes témporo-espaciales de los escenarios sociales en los que actúe.

La finalidad del taller es continuar con el proceso de formación del estudiante en este universo que abarca desde prácticas comunicativas a escala individual, grupal o colectiva con un enfoque más humanista que tecnocrático. De ahí la insistencia en desarrollar el hábito de la observación y la reflexión acerca de la transformación de lo cotidiano debido a las prácticas comunicativas en auge, la resignificación de sentidos y valores de la acción comunicativa del ecosistema medial, y las estrategias discursivas y recursos estilísticos posibles de trazar, desde una actitud que priorice los rasgos identitarios del sujeto social con el que se comparte el proceso comunicativo.

La presente propuesta entonces, pretende profundizar el proceso de aprendizaje del Área de Comunicación Institucional/Comunicación en las Institucionales y Organizaciones, apuntando a convertirse en un espacio de diálogo y articulación entre la formación teórica y profesional forjada en el recorrido común de la Carrera y los saberes específicos implicados en la orientación.

Las ideas centrales son:

- Retomar y complejizar una noción amplia de comunicación en tanto proceso de elaboración y reapropiación de sentidos y prácticas por parte de sujetos e instituciones situados social, cultural y económicamente en condiciones históricas concretas.
- Recuperar el carácter político de toda dinámica de significación, en la medida en que ésta refiere a los múltiples modos en que los individuos, grupos y organizaciones nombran y co-construyen la realidad, interactúan y modifican sus contextos; organizan sus formas de relación (interpersonales, mediáticas, institucionales), vehiculizan ideas, creencias y pautas de comportamiento, luchan por el establecimiento de la hegemonía y el ejercicio del poder, e imaginan mundos posibles.
- Crear las condiciones para la síntesis teórico-práctica en un proceso de integración de conocimientos previos en vinculación al diseño de un “hacer”.

- **Constituir una forma de posicionarse para el análisis de procesos, contextos, relaciones y fenómenos, y de intervenir en ellos.**
- **Diseñar un ámbito de aplicación, gestión y prospección estratégico con vistas a la organización de un cambio.**
- **Construir una herramienta para pensar y crear futuro, y aportar al desarrollo.**

En este marco, la planificación se define como “la acción que, apoyada en una visión sistemática y ordenada de la realidad sobre la que se actúa (diagnóstico), introduce criterios de racionalidad y ordenamiento a un conjunto de acciones y actividades que, articuladas entre sí, buscan influir sobre el desarrollo de los acontecimientos con el propósito de alcanzar un determinado objetivo”.¹

Aporta, pues, “(...) la visión que traspasa la curva del camino y limita con la tierra virgen aun no transitada y conquistada por el hombre, y con esa vista larga da soporte a las decisiones de cada día, con los pies en el presente y el ojo en el futuro”²

OBJETIVOS GENERALES:

- **Comprender la dinámica del diseño de la planificación de la comunicación en escenarios institucionales.**
- **Focalizar dimensiones de comunicación en las instituciones con sentido proactivo.**
- **Reflexionar sobre la complejidad del trabajo en equipo como objeto de análisis y para el aprendizaje como sujetos de la dinámica del trabajo profesional.**
- **Contextualizar los debates y estrategias asociadas a la planificación de la comunicación en el campo más amplio de las discusiones sobre los procesos de producción de sentido, los formatos y retóricas mediáticas, la dimensión comunicacional de las instituciones, las políticas culturales y las teorías sobre la gestión y promoción cultural para el desarrollo en América Latina.**

¹ Uranga, Washington: “Planificación y Comunicación estratégica”. Programa de seminario de postgrado. Facultad de Ciencia Política y RRH, Universidad Nacional de Entre Ríos.

² Entrevista con Carlos Matus hecha por Franco Huertas, publicada como “El método PES. Planificación estratégica situacional”, La Paz: CEREB, 1996.

- Analizar los conceptos claves de la planificación social y comunicacional, los fundamentos en que se basan los distintos tipos de planificación, y las implicancias de cada uno de ellos en materia de concepciones de la comunicación y la cultura, el lenguaje, la participación, los saberes en juego, las técnicas empleadas, el rol del/la comunicador/a y los presupuestos epistemológicos de base.
- Comprender la especificidad del diseño de la planificación comunicacional en escenarios institucionales con diverso grado de formalidad y “densidad” cultural.

UNIDADES DE CONTENIDOS

Se proponen tres módulos con sus contenidos, referencias bibliográficas y un cuarto módulo referido a estrategias de comunicación, basado en dinámicas de animación socio-cultural y técnicas de educación popular y comunicación comunitaria. Este tiene un carácter transversal a los tres módulos anteriores y está destinado para ser implementado de acuerdo a las problemáticas, dinámicas y motivaciones del colectivo de trabajo.

MÓDULOS

1/ Futuro y utopía. Perspectiva comunicacional y diagnóstico.

Paradigmas de comunicación, diagnóstico y planificación para el desarrollo en América Latina. La comunicación como proceso dialógico de aprendizaje e intervención en el espacio público. La mirada comunicacional de lo social y lo político. Los sentidos y el lenguaje en las instituciones. La comunicación de utopías. El diagnóstico de comunicación: su utilidad e interacción con el diseño de planes. Circulación del poder, formas de participación y tomas de decisión: impactos en la planificación. “Leer” las instituciones desde la comunicación: condiciones materiales, mapa de actores, flujos de poder, campos de interlocución, códigos, genealogías significantes, transformaciones históricas y estructura de oportunidades. El comunicador como trabajador cultural en la sociedad actual. Planificación de procesos comunicacionales. Reflexiones en torno al sentido ético, social y práctico del comunicador.

BIBLIOGRAFÍA

-ALFARO, Rosa María (1999): “Repensar la política y la comunicación. Trances y apremios para construir ciudadanía”, en WACC-ALC: Construyendo ciudadanía, equidad y paz. Lima: WACC.

..... (2005): ‘Politizar la ciudad desde comunicaciones ciudadanas’. Revista Diálogos N 65. Lima.

<http://www.dialogosfelafacs.net/dialogosepoca/pdf/65-04RosaAlfaro.pdf>

-ARENDDT, H. (1993): ‘Acción’, en La Condición humana. Paidós. Barcelona.

--BACCIN, Cristina (2004): “La convivencia de identidades en la construcción de la sociedad del conocimiento”. Todos somos mestizos, en Investigación y desarrollo. Vol.12

(2001): “Diagnóstico de comunicación, desafíos del venir entre, En: Revista Signo y Pensamiento, Dpto. de Comunicación, Facultad de Comunicación y Lenguaje, Universidad Javeriana, Bogotá, Colombia.

-BOURDIEU, Pierre (2002): “Pensamiento y acción”, libros del Zorzal, Buenos Aires.

.....(2007): “Comprender”, en La miseria del mundo. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económico.

CARBALLEDA, Alfredo J. M. (2008); *Los cuerpos fragmentados. La intervención en lo social en los escenarios de la exclusión y el desencanto*. Paidós, Buenos Aires, , ISBN 978-950-12-4550-9, págs. 75 a 94

-CERTEAU, Michel de (1999): “La cultura en plural”. Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires.

CIMADEVILLA, Gustavo; *Estado del arte. Trayectos y grises de las teorías y de las prácticas en comunicación y desarrollo*.

<http://www.inta.gov.ar/activ/comunica/comyses/cimadevilla.pdf>

CORTES, Carlos Eduardo (1997); *La comunicación al ritmo del péndulo. Medio siglo en*

busca del desarrollo. Mimeo. Bogotá-Quito.

www.trutruka.cl/_ensayos/pendulo.pdf

-FOLLARI, Roberto (2005): "La moldura en espejo: encrucijadas epistemológicas de las ciencias de la comunicación" en Portal de la comunicación, Espacio InCom-UAB.

JARAMILLO LÓPEZ, Juan Camilo (2004); *Aporte de la comunicación a la construcción de políticas públicas*. Conferencia dictada en el UBR Campaign Workshop del Plan Internacional, Panamá, 9-11.
www.comminit.com/en/node/24570/348

-MARTIN-BARBERO, Jesús (2001): "El oficio del cartógrafo", Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica.

(1987): "De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía". Gustavo Gili. México.

OROZCO GOMEZ, Guillermo (1991); *Al rescate de los medios*. Univ. Iberoamericana-Fund. Manuel Buendía, México, págs. 65 a 80

-PRIETO CASTILLO, Daniel (2004): *La comunicación en la educación*. 2da. edic. La Crujía, Buenos Aires, 75 a 119.

-SCHVARSTEIN, Leonardo (1998): "Psicología social de las organizaciones". Nuevos aportes. Paidós. Buenos Aires.

-URANGA, Washington (2007): *Mirar desde la comunicación*. Buenos Aires.
http://www.catedras.fsoc.uba.ar/uranga/uranga_mirar_desde_la_comunicacion.Pdf

VILLAMAYOR, Claudia; *La comunicación como perspectiva y como dimensión en los procesos sociales. Una experiencia de participación en las políticas públicas*. PSA Formosa.
http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNirev Villamayor.PDF

-VIZER, Eduardo (2003) "Existe la comunicación?" en *La trama (in)visible de la vida social. Comunicación, sentido y realidad*. Buenos Aires, La Crujía.

WHITE, Robert; *Comunicar comunidad. Aportes para una ética de la Comunicación pública*. La Crujía Ediciones, Buenos Aires, 2007, ISBN 978-987-601-037-5, págs. 17 a 90

2/ Perspectivas generales de planificación. Planificando la comunicación.

La gestión como proceso integral. Modelos de planificación. La planificación de procesos comunicacionales: componentes y metodologías. Diseño de estrategias y su vínculo con políticas públicas, culturales y de comunicación. El concepto de participación y las formas de acción social y política. Lo público como ámbito de actuación del Estado y la Sociedad Civil. Lo público desde la comunicación. Distintas perspectivas de planificación y su aplicación a la comunicación en el ámbito público. Intervenir desde/con/a partir de la comunicación mediática, alternativa, comunitaria y/o popular. Planificación como herramienta de cambio.

BIBLIOGRAFÍA

-Ficha de Cátedra: Washington Uranga (2005). "Lo público, lugar de comunicación. Hacia la redefinición de procesos y estrategias comunicacionales."

-FINDLING L. – TAMARGO, Ma. Del C. (1994): "Planificación, descentralización y participación. Revisión crítica. Buenos Aires, Centro Editor de América Latina-Instituto de Investigaciones de la Fac. de Ciencias Sociales de la UBA.

GABIÑA, Juanjo (1999); *Prospectiva y planificación territorial*, Alfaomega-Macombo, Bogotá, págs. 1 a 15

-MATUS, Carlos (1981): "Planificación, libertad y conflicto." Caracas: Cuadernos de IVEPLAN N° 1.

MERELLO, Agustín (1973); *Prospectiva. Teoría y práctica.*, Editorial Guadalupe, Buenos Aires, págs. 11 a 29

-MOWLANA Hamid-WILSON Laurie J. (1990): "Comunicación, tecnología y desarrollo". Estudios y Documentos de Comunicación Social N. 101. París: UNESCO.

-PEREZ COSCIO, Luis – PAREDES, Alfredo (1995): "Planificación estratégica y operativa". Buenos Aires.

PICHARDO MUÑIZ, A. (1997); *Planificación y programación social*, Edit. Lumen-Humanitas, Buenos Aires, págs. 45 a 74

-PRIETO CASTILLO, Daniel (1993): "Planificación de la comunicación institucional". Mimeo. San Salvador.

3/ Perspectivas metodológicas en la planificación de procesos comunicacionales.

Metodologías y técnicas para el diseño y ejecución de estrategias de comunicación. Aspectos organizativos necesarios para la ejecución de programas. Condicionantes de los procesos de planificación: producción de sentidos, el problema de la recepción y formas de participación. Metodologías y técnicas de investigación y evaluación en comunicación social.

BIBLIOGRAFÍA

-CARBALLEDA, Alfredo Juan Manuel (2008). "La intervención social como proceso. Una aproximación metodológica". Espacio. Buenos Aires.

-Ficha de Cátedra: ALCALA, Javier Alejo (2003) "Comunicación Comunitaria, Notas para pensar la Comunicación (interna) de las organizaciones."

-GAITAN MOYA, Juan y PIÑUEL RAIGADA, José (1998); Técnicas de investigación en comunicación social, Editorial Síntesis, Madrid. (manual de consulta)

-GALINDO CÀCERES, Jesús (coord.) (1998); Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación. Prentice Hall-Pearson Eduacion-Addisson Wesley, México. (manual de consulta)

-GONZAGA MOTTA, Luis: "Planificación de la comunicación en proyectos participativos". Manuales didácticos CIESPAL, Quito: CIESPAL (s/f).

-MATA, María Cristina (1990): "Cómo evaluar nuestras prácticas", Cuadernos de Investigación N° 1, Quito: ALER.

PALLADINO, Enrique (1999), *Cómo diseñar y elaborar proyectos*. Espacio Editorial, Buenos Aires, págs. 13 a 83.

-PEREZ SERRANO, Gloria (1997): "Elaboración de Proyectos Sociales. Casos Prácticos. Narcea, Madrid.

(1994) *Investigación cualitativa. Métodos y técnicas*. Fund. Univ. a Distancia Hernandarias. Buenos Aires. (manual de consulta).

-URANGA, Washington (2004): *Planificación prospectiva estratégica desde la Comunicación*.

www.catedras.fsoc.uba.ar/uranga/cuadro_proceso.doc

4/ Estrategias de comunicación.

La movilización social. Animación socio-cultural. Conceptos y técnicas de educación popular y comunicación comunitaria.

BIBLIOGRAFÍA

-CENTRO NUEVA TIERRA (2000), *Barrio Galaxia. Manual de comunicación comunitaria*. Buenos Aires.

-DURAN-BARBA, Jaime; “Estrategias de comunicación política” en IZURIETA, Roberto y otros (2002); *Estrategias de comunicación para gobiernos*”, La Crujía Ediciones, Buenos Aires, págs. 25 a 76.

-PUIG, Toni (2003), *La comunicación municipal cómplice con los ciudadanos*. Paidós, Buenos Aires, pág. 23 a 51.

UNICEF, Colección Comunicación y Desarrollo, UNICEF, Buenos Aires, 2006, Nos.2, 4. 5 y 6 http://www.unicef.org/argentina/spanish/resources_4656.htm

Tomos I y II de “Técnicas participativas para la educación popular”, editados por el Centro de Estudios y Publicaciones Alforja, el IMDEC y la Red Alforja.

METODOLOGÍA

La modalidad de trabajo articulará la presentación y discusión de los problemas conceptuales vinculados a los contenidos del Taller con el acompañamiento de las instancias de intervención institucional desarrolladas por los/as alumnos/as. Los momentos de exposición teórico-metodológica incluirán la recuperación de los textos que componen la bibliografía, así como el uso de otros recursos didácticos, como técnicas participativas, ejercicios de imaginación, presentación de casos, y análisis de materiales de comunicación de diverso tipo.

El programa presentado del Taller es flexible y de acuerdo a la metodología participativa que se desarrolla, el mismo puede sufrir modificaciones para ajustarlo a las necesidades del grupo y de las personas. Tales necesidades serán ponderadas a partir de métodos de evaluación permanentes que el equipo docente, asumido como colectivo de trabajo, utilizará en todo el cuatrimestre.

Por su parte, los/as estudiantes deberán realizar, a lo largo de la cursada, exposiciones sobre la bibliografía, entregas de fichas de lectura y presentación grupal del proceso de planificación en marcha, así como elaborar memorias e informes parciales, y participar en clase en las discusiones colectivas de seguimiento del conjunto de las intervenciones, a fin de producir aportes fundamentados y enriquecer la propia experiencia de trabajo.

EVALUACIÓN

Para aprobar el Taller los/as alumnos/as deberán cumplir satisfactoriamente con los siguientes requisitos:

- Aprobación de los dos parciales individuales propuestos³. Los mismos indagan sobre los aspectos teóricos y metodológicos desarrollados en la bibliografía obligatoria, así como en las presentaciones realizadas en clase por parte de los docentes. Incluyen vinculaciones reflexivas sobre la intervención comunicacional en curso.
- Entrega de una memoria o informe parcial sobre la planificación en proceso, a mitad del cuatrimestre.
- Asistencia a un 80% de las clases.
- Presentación de un Trabajo Final escrito de carácter grupal: diseño de una planificación de comunicación en el área institucional elegida, y desarrollo de una de las propuestas planeadas⁴.
- Coloquio final Oral: en el defenderán, fundamentarán y justificarán conceptualmente la propuesta de intervención, a realizarse en las mesas de exámenes correspondientes.

³ Los parciales se aprueban con 4 (cuatro) y todos ellos tienen recuperatorio.

⁴ Se alentará a que, en la medida de lo posible, los grupos efectivicen algún nivel de ejecución y monitoreo de la estrategia comunicacional propuesta.

Para pasar al Coloquio, los/as alumnos deben acreditar un mínimo de 7 (siete) promediando: a) el promedio de los parciales; b) la nota del informe parcial; y c) el trabajo final.