



Universidad Nacional de la Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social

Carrera:
Licenciatura en Comunicación Social

Nombre de la Materia:
Planificación de Políticas de Comunicación

Profesores por Comisión:
Comisión 1. Gonzalo Bustos
Comisión 2. Vanesa Arrúa
Comisión 3. Jonathan Pender
Comisión 4. Gisela Sasso
Comisión 5. Melina Picart
Comisión 6. Matías Belloni
Comisión Extensión áulica Unidad 9: Juliana Novello

Encuentro de la Semana 12: Proyecto



Esta clase fue diseñada por el Equipo de Cátedra y redactada por Lucas Gennine, Matias Belloni y Vanesa Arrúa.

Para citar este escrito por favor seguir las siguientes referencias:

Arrúa, Belloni, Gennine. "Planificación" Taller de Planificación de Políticas de Comunicación. Licenciatura en Comunicación Social. FPyCS. UNLP. Septiembre, 2020. Disponible en:
<https://drive.google.com/file/d/1HO1sRI5WEH0Y2lp46h5z37h9ldXkcxTH/view?usp=sharing>



Bienvenidos al 12º encuentro del Taller de Planificación de Políticas de Comunicación. En este encuentro les proponemos trabajar la herramienta de Proyecto. Una herramienta que nos va a permitir, en esta instancia de la cursada y el trabajo, presentar de manera ordenada y con mirada comunicacional, nuestras ideas/propuestas a la organización o a quienes sean nuestros destinatarios.

Para desarrollar la idea/propuesta, tenemos que volver y recuperar la línea de acción que elegimos al pasar diferentes realidades de la organización por el “cuadro de realidades” y sobre las que decidimos que eran importantes intervenir para transformar.

Es importante darnos un tiempo para analizar si nuestra línea de acción es en verdad una respuesta o aporte necesario para la organización en el proceso de transformación. También es interesante evaluar si el proyecto que vamos a proponer es viable (que la organización pueda desarrollarlo), sustentable y sostenible en el tiempo por las y los actores del espacio.

El proyecto es un momento de planificación del proceso de la estrategia de desarrollo, que se define por la viabilidad de la línea a desarrollar. Esta viabilidad debe entenderse desde lo político, lo social y cultural, y lo económico. También podemos preguntarnos, *¿qué es posible transformar en este momento?, ¿Cuál es la idea/proyecto que abrirá los caminos necesarios para la gestión de otros proyectos?*¹

En esta instancia, el proyecto es una síntesis y construcción colectiva luego de haber transitado por todos los momentos de la planificación. En él conviven todas las reflexiones, las discusiones, los debates, el análisis de las realidades de comunicación. En esa síntesis se ve reflejada toda una construcción de posibilidades para pensar en procesos de transformación/desarrollo de manera endógena, donde la organización es protagonista.

La lógica de presentación de los proyectos puede variar dependiendo la propuesta en sí, y sus destinatarios. El índice que les vamos a presentar es solo un modelo de referencia para amoldar a la experiencia que cada equipo transitó en su práctica. Aun sabiendo que es modelo de ejemplo, algo que tenemos que tener presente y claro, es que reconocemos al proyecto también como una herramienta de comunicación para poner en común con otros lo que proponemos. El proyecto es parte de nuestra estrategia de comunicación, es un material o producto comunicacional y por ende, debemos reconocer destinatarios, sus prácticas de comunicación, sus códigos, leguajes y formatos que consumen.

Al pensarlo también como un producto comunicacional en sí, es necesario pararse en el lugar de nuestros destinatarios para pensar en la redacción del mismo. ¿Qué tanto conocen les

¹ **Ceraso c. y otros.** “Sembrando mi tierra de Futuro”. Módulo V. Ediciones EPC . FP y CS. UNLP. Año 2011.



Universidad Nacional de la Plata

Facultad de Periodismo y Comunicación Social

lectores del proyecto sobre nuestro análisis de la realidad? ¿Cómo marcamos que en lo que proponemos hay una mirada comunicacional de la realidad?

“Recordemos, a la hora de escribir, que no todos saben lo que nosotros sabemos sobre la situación en la que queremos trabajar. Por eso tenemos que pensar en el destinatario para saber qué datos tenemos que poner, que no estén a su alcance, y que describan la situación, que le hagan comprender el contexto y la cultura de nuestra comunidad, que le hagan dimensionar el problema, etc.”²

Elementos básicos para la formulación de un proyecto.

Los proyectos tienen diferentes formas de presentación, pero en general responden a la siguiente secuencia lógica:

Problema ----- Objetivos ----- acciones ----- costos-----resultados

Tomamos el modelo de presentación de proyectos del manual “Sembrando mi tierra de futuro”, para ir describiendo los diferentes elementos a tener en cuenta en su redacción.

Veamos la estructura de un proyecto por partes:

Parte 1. Presentación, de la idea proyecto y de los responsables de su realización

En esta primera parte vamos a dar un pantallazo de nuestro proyecto, con la intención dar pie a que se siga leyendo, sabiendo que lo estamos presentando. Aparecen datos formales y hablamos de nosotros y nuestra idea.

- Título

Puede ser formal o de fantasía. Pero debe describir qué queremos hacer, para quién y en dónde. Son pocas palabras que explican lo que nos proponemos realizar.

- Breve Descripción – Resumen del Proyecto

Aquí contamos brevemente nuestro proyecto. Algunas preguntas que pueden orientarnos pueden ser: ¿Qué queremos hacer? ¿Por qué es tan importante? ¿Dónde lo queremos hacer? ¿Cuál es el costo total?

- Ente Ejecutor

² Ceraso C. y otros. Idem anterior..



Universidad Nacional de la Plata

Facultad de Periodismo y Comunicación Social

Acá debemos dar cuenta de quiénes vamos a hacer el proyecto. Denominación de equipo de trabajo o de la organización. Contacto. Recursos con lo que cuenta y sus aliados, espacio físico, etc. Experiencia en la realización de trabajos similares.

Parte 2. El problema y su contexto. En esta parte ponemos de relieve la situación en la que nos encontramos y que da origen al proyecto. Los problemas que el proyecto nos permite solucionar. Toda la información del diagnóstico la utilizamos en esta etapa.

- **Diagnóstico Social y Comunicacional:** Describimos el contexto y el problema sobre el que opera nuestro proyecto. Para redactar el Diagnóstico podemos tener en cuenta

Los problemas de desarrollo. ¿Cómo contamos la realidad?

Cómo afecta el problema a la comunidad u organización, cómo se vive esa situación, qué piensan los vecinos sobre esa problemática, ¿cuáles son las causas? ¿Cuáles otros problemas se producen como consecuencia de este problema?, ¿qué pasaría si no resolvemos el problema? En las dimensiones materiales y objetivas podemos encontrar cifras que guíen esos criterios, así como la valoración subjetiva que hace nuestra comunidad.

El territorio de intervención. ¿Dónde lo vamos a realizar?

Es la descripción de la situación inicial de la que partimos en nuestro trabajo. En esta parte debemos incluir una descripción general de la comunidad, la ubicación geográfica, aspectos históricos, y población y organización social.

- **Destinataries** ¿Para quiénes lo vamos a hacer?

Los beneficiarios son nuestros destinatarios. Es importante marcar una descripción detallada de ellos. Para que cuando hablemos de los problemas, nuestros destinatarios puedan analizar cómo viven la situación sobre la que estamos proponiendo intervenir.

Parte 3. Es el corazón del proyecto. Describe lo que el proyecto propone para superar los problemas descritos en el diagnóstico y el modo en que se va a organizar la tarea para el logro de los objetivos.

- **La propuesta.** ¿Qué vamos a hacer?

Qué queremos hacer para generar un proceso de transformación sobre las realidades anteriormente analizadas. En este punto tenemos que explicar de forma clara nuestra idea.

- **Justificación.** ¿Por qué lo vamos a hacer?



Universidad Nacional de la Plata

Facultad de Periodismo y Comunicación Social

Propuestas de qué hacer para disparar procesos de transformación sobre problemas

o potenciales de desarrollo, siempre son varias. Por eso debemos explicitar ¿por qué nuestra idea es una buena idea para resolver o potenciar la realidad?

- **Los objetivos** ¿Cuál es el propósito de nuestro proyecto? ¿Qué vamos a hacer? ¿para qué?

Aquí damos cuenta de hacia dónde queremos ir con nuestros deseos de transformación. Existen dos tipos de objetivos, generales y específicos. El primero va a marcar el horizonte de nuestro proyecto y los segundos los caminos hacia ese horizonte. Los objetivos específicos definen líneas de trabajo concretas que vamos a realizar para alcanzar el objetivo general.

- **Metas.** ¿Cuánto vamos a hacer?

Son los resultados a los que queremos llegar con la ejecución del proyecto, pensar en números y tiempos, es decir cuántos. Ej. *“Capacitar a 200 jóvenes de nivel polimodal en tecnologías de planificación y comunicación durante cinco meses”*.

Parte 4: Las actividades, los costos y la inversión

Aquí se detallan las acciones a realizar, identificamos los responsables de cada actividad y los materiales que se necesitan.

- **El Cronograma de actividades.**

Da cuenta del desarrollo de las actividades en el tiempo. Identificamos todas las actividades que son necesarias realizar y quiénes las van a realizar:

- **Los recursos que tenemos y los que necesitamos**

Identificamos los recursos que necesitamos para cada actividad. Hay diferentes tipos de recursos: humanos y materiales. También tenemos que tener en cuenta los tiempos y la movilidad que se necesitan para realizar las actividades.

- **Presupuesto.**

El precio que necesitamos para la ejecución del proyecto. Costo de viáticos, recursos humanos, materiales, etc.

- **Impacto social**

Nos permite comunicar cuantitativamente el beneficio que genera el proyecto en la comunidad.

Impacto social alcanzado: toda la población que se beneficia del proyecto. Destinatarios directos e indirectos.



Universidad Nacional de la Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social

Impacto social directo / indirecto. El primero describe la cantidad de personas que se benefician por las acciones directas de nuestro proyecto, porque implica participación por parte de estos. El segundo calcula cantidad de personas con relación o proximidad a los beneficiarios directos.

Si en las prácticas que realizan en diferentes organizaciones, deciden presentar un proyecto, les sugerimos que lean el Capítulo PLANIFICACION, del Manual “Sembrando Mi tierra de Futuro”.

Bibliografía consultada para esta clase

Irene Horejs. Formulación y Gestión de micro proyectos de desarrollo. Humanitas – Cedepo. Buenos Aires, 1995

Ceraso C. y otros. “Sembrando mi tierra de Futuro”. Módulo V. Ediciones EPC . FP y CS. UNLP. Año 2011.