



Taller de Planificación de Políticas de Comunicación TRABAJO PRÁCTICO FINAL

EL SENTIDO DE LA INTERVENCIÓN EN COMUNICACIÓN

La propuesta es que los y las estudiantes se integren a un proceso de producción de conocimiento, a partir del análisis, diseño y producción de estrategias de comunicación tendientes a fortalecer las relaciones entre actores e instituciones y territorios, y contribuyendo al conocimiento de los problemas de desarrollo.

El proceso de la práctica nos permite la articulación de los conceptos teóricos y las estrategias metodológicas con la realidad. En este sentido, la experiencia de la práctica favorece el aprendizaje, nos acerca al quehacer profesional y nos compromete con la producción de procesos de comunicación como propuesta para la transformación de la realidad social.

Desde nuestra visión, la práctica nos da la posibilidad de realizar aportes a los procesos sociales y políticos para la transformación de los problemas que enfrenta la comunidad. En este diálogo la Universidad forma a sus futuros profesionales y se enriquece en los diálogos de saberes.

De este modo, la formación en el contexto universitario se convierte en oportunidad de profundizar los lazos con la sociedad, enriqueciendo nuestros procesos de aprendizaje y consolidando la educación pública como espacio privilegiado de acceso a la formación superior.

PRÁCTICAS E INTERVENCIONES DE COMUNICACIÓN/DESARROLLO

Desde la Cátedra Taller de Planificación de Políticas de Comunicación, consideramos a las prácticas en territorio y a poner el cuerpo para ir al encuentro de otros actores de la comunidad un elemento clave en los procesos de enseñanza/aprendizaje. Este proceso de intervenir, justamente genera un ida y vuelta con la comunidad que permite potenciar nuestra mirada comunicacional y fortalecer nuestra identidad como comunicadores.

Como todos sabemos, la pandemia desatada por el COVID-19 afectó profundamente nuestras realidades, atravesando todas las dimensiones de la vida social, desde las esferas más íntimas hasta las más públicas y comunitarias. Como Cátedra, y como Facultad, advertimos que ciertas herramientas que desarrollamos durante la virtualidad han sido de gran ayuda para facilitar y dinamizar procesos de enseñanza/aprendizaje y es por eso que decidimos conservarlas.

Entendemos que los encuentros de manera presencial en territorio pueden ser más complejos para algunos estudiantes, por lo tanto proponemos que puedan adaptarse a otra propuesta de trabajo que permita de igual manera mantener el contacto y el trabajo en conjunto.

LA PROPUESTA

Esta propuesta consta de dos modalidades de trabajo a elección, pensando por un lado en quienes quieran ponerse en contacto con organizaciones o instituciones del territorio y generar encuentro con ellas; pero también en quienes por no poder mantener esa modalidad, puedan elegir políticas públicas a modo de caso testigo y



realizar el trabajo práctico. Cada grupo podrá optar por una de estas dos opciones.

El trabajo final tendrá diferentes momentos y entregas a lo largo del cuatrimestre. Al momento de la entrega final, se espera que se fundamente la estrategia de comunicación, a través de un análisis superador que de cuenta de la integralidad del proceso transitado (las instancias de seguimiento, revisión y evaluación de las entregas parciales).

Las modalidades de trabajo final propuestos son las siguientes:

1. **Intervención en territorio u organizaciones para el diseño de políticas de comunicación**

El objetivo de esta modalidad es incidir en las políticas de comunicación de las organizaciones sociales, conociendo sus dinámicas, prácticas y los vínculos que la sostienen, para potenciar procesos y/o estrategias de comunicación que dichas organizaciones llevan a cabo en sus proyectos de desarrollo.

En dicha modalidad les proponemos que elijan algún tema de interés u organizaciones con quienes tengan contacto. Quienes no lo tengan podrán trabajar con temas en los cuales la Cátedra puede aportar materiales para pensar en alguna organización con la cual articular y generar un intercambio.

2. **Análisis de experiencias documentadas para el diseño de políticas de comunicación**

El objetivo de esta modalidad es conocer sobre una política pública, su ámbito de trabajo y las políticas de comunicación que allí se implementan para la producción de un diagnóstico colectivo que permita realizar aportes en términos comunicacionales a dicha política pública, institución u organización seleccionada.

Para esta modalidad les propondremos algunas temáticas seleccionadas:

- Educación
- Personas Mayores
- Cultura
- Juventud



Guía de Trabajo Práctico Final

Intervención en territorio u organizaciones para el diseño de políticas de comunicación y análisis de experiencias documentadas para el diseño de políticas de comunicación.

1- Breve descripción de la organización/institución/territorio/política pública.

2- **Tema/problema:** realizar un artículo que describa ¿Cuál es la temática o la problemática que aborda la organización o la política pública? ¿Cómo se relaciona dicha temática con la comunicación, la planificación y el desarrollo?

3- **Estrategia de desarrollo:** producción de entrevistas y análisis de documentos que permitan conocer y describir la estrategia de desarrollo de la organización o política pública:

- a- Situación inicial (realidad material y objetiva, potencial de desarrollo y valores subjetivos de la gente)
- b- Situación deseada
- c- Situación futura

4- Informe del diagnóstico de comunicación con los siguientes puntos:

a- **Sobre las relaciones de comunicación** ¿cuáles son los actores involucrados en la estrategia de desarrollo? ¿cuáles son las relaciones de comunicación claves para llevar adelante las estrategias de desarrollo? ¿qué canales, códigos y lenguajes de comunicación utiliza principalmente la organización para comunicarse con dichos actores?

b- **Enfoque conceptual:** ¿cuál es la perspectiva de comunicación que prevalece en las prácticas, productos y estrategias de comunicación de la organización/institución (cuál es el modelo de comunicación en el que ponen énfasis sus estrategias).

c- **Sobre los problemas de comunicación/desarrollo:** ¿qué problemas de comunicación/desarrollo se reconocen en la organización/institución? ¿Qué realidades positivas y negativas reconocen? Analizar causas y consecuencias. ¿Cómo abordan desde la comunicación actualmente dichos problemas?

d- Sobre las **líneas de acción:** ¿qué líneas de acción proponen como grupo para abordar dichas realidades ¿cuáles son prioritarias? ¿cuáles son más viables de ser trabajadas por nuestro equipo?

e- Quienes hayan optado por el análisis de experiencias documentadas para el diseño de políticas de comunicación deberán describir brevemente los productos o estrategias de comunicación que reconozcan de dicha política pública.



5- **Producción de la estrategia de comunicación.** Definir:

- a. **¿Qué queremos decir?:** El mensaje, el contenido, los temas de los productos.
- b. **¿A quiénes está dirigida la estrategia?:** A quiénes está dirigida y qué características se identifican en los destinatarios (¿son jóvenes, son deportistas, son adultos, fanáticos de la música, la política? ¿Qué prácticas sociales suelen desarrollar? ¿En qué espacios circulan y cuáles son los consumos culturales que suelen realizar?)
- c. **¿Para qué?:** El objetivo de la estrategia y las intenciones de los productos. Cómo se vincula a la realidad social. Es decir, qué viene a fortalecer esta estrategia en la comunidad, de qué manera aporta a un proceso de desarrollo.
- d. **¿Cómo lo pensamos hacer?** La metodología, los lenguajes, los formatos y soportes elegidos, para realizar las piezas de comunicación.
- e. **¿Por dónde circularán las producciones?** Espacios, canales de comunicación y ámbitos de circulación de los productos. Describir en qué territorio circula la estrategia. (barrio, ciudad, provincia, instituciones, otras)

6- **Producción:** Elaboración de los productos de comunicación de la estrategia. El desarrollo de los puntos anteriores debe contener toda la estrategia. Así mismo, se deberán realizar al menos dos productos de dicha estrategia. (por Ejemplo: Un spot radiofónico y una gráfica).

7- **Informe final del trabajo:** Fundamentos de la estrategia de comunicación (teniendo en cuenta los elementos que la conforman) en función de la descripción de los problemas de desarrollo y los problemas de comunicación que atiende.