



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. Lunes de 15.30 a 18 - Vanesa Arrúa
Comisión 2. Martes de 8 a 10.30 - Catalina Arrién
Comisión 3. Miércoles de 10.30 a 13 - Gisela Sasso
Comisión 4. Miércoles de 13 a 15.30 - Gonzalo Bustos
Comisión 5. Miércoles de 18 a 20.30 - Jonathan Pender
Comisión 6. Viernes 9 a 11.30 - Matías Belloni
Comisión Extensión áulica en la Unidad 9: Melina Picart

Diagnóstico de Comunicación



Esta clase fue diseñada por el Equipo de Cátedra y redactada por su ayudante Catalina Arrién¹.

Para citar este escrito por favor seguir las siguientes referencias:

Lic. Catalina Arrién. Diagnóstico de Comunicación. Taller de Planificación de Políticas de Comunicación. Licenciatura en Comunicación Social. FPyCS. UNLP. Septiembre, 2020. Disponible en:

¹ Lic. Catalina Arrién. Es adscripta en el Taller de Planificación de Políticas de Comunicación de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. Actualmente coordina la Comunicación de la Subsecretaría de Salud Mental del Ministerio de Salud de la Provincia de Buenos Aires.



Universidad Nacional de la Plata
Facultad de Periodismo y Comunicación Social

Bienvenidos a un nuevo encuentro del Taller de Planificación de Políticas de Comunicación. En esta oportunidad vamos a profundizar sobre el Diagnóstico de Comunicación como punto de partida para el diseño de estrategias de desarrollo y el proceso de planificación de proyectos, que nos permitirá ordenar los aspectos comunicacionales de una realidad determinada.

Construir un diagnóstico de la situación comunicativa en espacios en los que queremos trabajar implica posicionarnos sobre los objetivos de análisis de una determinada manera. No responden a una cantidad de técnicas lineales que nos guían a resolver las problemáticas que nos planteemos.

Conocer la realidad y los territorios con los que nos encontramos parte de un proceso dinámico, producto de las relaciones entre múltiples dimensiones, diversos actores y tramas de poder, que se encuentran en permanente construcción y relación, como vimos en el encuentro anterior.

Posicionarnos desde una concepción de comunicación o desde otra, nos permitirá mirar y construir diagnósticos comunicacionales distintos, sin importar que la realidad sea la misma. María Cristina Matta sostiene que “no es lo mismo describir canales y modos de comunicación presentes en una comunidad e incluso llegar a detectar los problemas que existen en ese campo, que diagnosticar la situación comunicativa existente entre ella” y es en ese reconocimiento, en que estará jugando nuestro particular modo de comprender la comunicación.

Conocer los problemas y las potencialidades de la realidad en la que queramos intervenir nos encontrará en muchos casos analizando si son o no específicamente de comunicación ya que serán múltiples las causas que los originen y otras tantas las posibles soluciones. Lo importante allí será reconocer cuáles son o tienen su raíz en problemas comunicacionales y cómo podemos intervenir para su resolución.

Debemos problematizar esa realidad, eso implica hacernos preguntas y tensionar nuestra propia subjetividad. Desaprender nuestras nociones o prejuicios en torno a las miradas que traemos y ponerlas en tensión con las de los otros, construir consensos sobre lo que sucede y lo que queramos transformar partiendo del reconocimiento de sus necesidades y deseos de cambio.

Camino del diagnóstico:

1. Prediagnóstico: Nos permite un primer acercamiento general y un escenario total de la realidad determinada. También nos facilita la toma de decisiones para la elaboración de los diagnósticos. Aquí reconocemos a **los actores** y sus **relaciones**, los **espacios** en los que circula la información y se construye la comunicación, los **flujos** (cómo son esas vinculaciones, niveles de autonomía, participación,



horizontalidad, etc); los **contextos** (situado en tiempo y espacio determinado, con sus propias particularidades, y las relaciones de las personas con el entorno) y los **lenguajes** (algunos serán más formales, otros más coloquiales, dependerá de cada escenario).

2. Conocemos las realidades en profundidad y luego definiremos si son negativas o positivas (cuáles son problemas y cuales fortalezas).
3. A partir de la construcción y búsqueda de datos (cualitativos y cuantitativos) los analizaremos y mediremos la importancia de los problemas y potencialidades de nuestra realidad.
4. Diferenciamos las causas de esas realidades en profundas (estructurales) y superficiales (son más difíciles de revertir en la práctica).
5. Luego analizamos las tendencias (cómo será nuestra realidad si no intervenimos)
6. Proponemos líneas de acción que modifican y fortalezcan las tendencias señaladas.

Para llevar adelante el proceso de Diagnóstico el equipo de comunicación debe tomar decisiones respecto a la organización del trabajo, las herramientas para la recolección de la información y los modos de participación de los actores de la comunidad y las organizaciones en el proceso de Diagnóstico.

Las observaciones, las entrevistas, la realización de talleres, el análisis de materiales y productos de comunicación, son algunas de las estrategias que podemos poner en juego para recuperar las miradas de los actores sobre las realidades de comunicación y su análisis.

Lecturas:

- Diagnóstico de Comunicación del Manual "Sembrando mi tierra de Futuro".
- Diagnosticar también es pensar la comunicación, María Cristina Mata.

Bibliografía Consultada para la realización de la clase:

Mata María Cristina. "Diagnosticar también es pensar la comunicación. Curso de especialización en comunicación". Cuadernillo N°2. Centro de comunicación educativa, La Crujía. Buenos Aires, 1994.

Ceraso C y otros. "Sembrando mi tierra de futuro". Ediciones EPC. FPyCS. UNLP. Año 2011.