

Trabajo Práctico N° 2: Comunicación en las organizaciones

Objetivo

Trabajar los conceptos desarrollados en el taller de manera reflexiva y aplicada, a partir del abordaje y análisis de una organización y su comunicación.

Modalidad de realización

El trabajo puede ser elaborado de manera grupal o individual. Recomendamos que, en la medida de sus posibilidades, realicen el trabajo grupalmente.

Entrega

El trabajo deberá tener una extensión de 2 a 3 carillas.

Comisión 1, hasta el jueves 21/05 mediante envío por correo electrónico a com1tpm@gmail.com

Comisión 2, hasta el viernes 22/05, mediante envío por correo electrónico a marceboragina@gmail.com

Comisión 3, hasta el viernes 22/05, mediante envío por correo electrónico a camilajv93@gmail.com

Consigna y pautas de trabajo

En base a los primeros conceptos vistos en el taller, desarrollar el análisis de una organización y su comunicación, para lo cual deberán relevar, describir y analizar datos, conectando información y conceptos de manera tal que les permita interpretar y comprender a la organización elegida.

Para ello deberán realizar las siguientes actividades:

- 1. Elegir una organización:** puede ser estatal, una empresa o emprendimiento, o una organización social. Lo importante aquí es que elijan una organización que despierte el interés de cada uno, como así también que puedan acceder a datos sobre la misma. En tal sentido, podrá ser una organización con la cual tienen o puedan establecer una relación, o bien una organización sobre la cual puedan relevar datos a través de diversas fuentes (página web, redes sociales, medios de comunicación, entre otros).
- 2. Describir la organización elegida:** la idea es que la presenten, que especifiquen sus características principales, qué hace, dónde está ubicada, quiénes la componen, algo de su historia, su comunicación, sus públicos, como así también algunas características propias del sector/contexto en el que se inserta.
- 3. Analizar a la organización y su comunicación:** a continuación les proponemos algunos disparadores que pueden colaborar en el desarrollo del análisis: especificar las plataformas analizadas; la organización ¿tiene slogan/claim?; ¿qué consideran que transmite su forma de comunicar?; ¿qué sensaciones genera?, ¿por qué?; ¿qué colores, imágenes y otros elementos visuales usa?; ¿está alineada con otras organizaciones del rubro? ¿sí/no?, ¿por qué?. ¿Se

pueden asociar ciertos valores a la organización?, ¿cuáles?. Enfoquen las lentes, repasen los datos, los materiales y los discursos que relevaron y vuelvan a contarlos, pero ahora, interpretándolos, evaluándolos.