

Prácticas Profesionales Nivel II: desarrollo de intervenciones comunicacionales

Programa 2026

Docente: Ramiro Coelho

Introducción a la materia

Bienvenidx a Prácticas Profesionalizantes II.

¿Cómo comenzamos a transitar esta materia?

Durante el tránsito por el primer nivel de prácticas lxs estudiantes han podido introducirse en la aplicación de herramientas metodológicas en territorios y espacios organizaciones con el fin de indagar sobre sus realidades. En el presente nivel de las prácticas se trabajará sobre metodologías de planificación comunicacional con el fin de analizar un problema de gestión desde una perspectiva comunicacional y, posteriormente, elaborar una estrategia de comunicación para solucionarlo. Para lograr introducirlos en este campo, se trabajarán en la primera unidad de la materia contenidos que permitan conocer el contexto histórico del surgimiento de la planificación en América Latina y los marcos teóricos que la encuadran, para poder en la segunda y tercera etapa realizar los trabajos prácticos correspondientes en una organización social.

Esperamos que el particular proceso de aprendizaje que estamos comenzando este cuatrimestre les otorgue las mejores herramientas posibles para posteriormente transitar el nivel III de las Prácticas Profesionalizantes.

Correlatividades

El diseño curricular de la Carrera de Comunicación con Orientación en Desarrollo Local requiere para cursar esta materia, se hayan aprobado las asignaturas correspondientes al Primer Ciclo de la Carrera, las Prácticas Profesionales de Nivel I y Teorías de la Comunicación I.

Objetivos

Que los estudiantes:

- Desarrollen los conocimientos introductorios de planificación estratégico situacional participativa para la elaboración de estrategias de comunicación en instituciones públicas y organizaciones sociales.
- Adquieran los conocimientos y capacidades para diseñar y aplicar herramientas metodológicas participativas que faciliten el diseño e implementación de estrategias de comunicación en instituciones públicas y organizaciones sociales.
- Construyan un criterio estratégico para el diseño y uso de diversos productos e instrumentos de comunicación.

Contenidos

Unidad 1: El ejercicio de una mirada comunicacional para la planificación de estrategias de comunicación.

Modelos de planificación social en los procesos de desarrollo en América Latina. Lo público, el Estado y las organizaciones de la sociedad civil. El papel de la participación social en dicho proceso. El papel de la comunicación en el campo de la planificación.

Bibliografía obligatoria:

Demonte, Flavia y Iotti, Andrea, Enfoques metodológicos de planificación en América Latina. Racionalidades subyacentes, en Bruno Demonte, PLANIFICACIÓN Y COMUNICACIÓN. Perspectivas, abordajes y herramientas. Capítulo I. UNLP, 2015.

Bruno, Daniela y Demonte, Flavia La Planificación como narrativa argumentativa de construcción de un mundo compartido en Bruno Demonte, PLANIFICACIÓN Y COMUNICACIÓN. Perspectivas, abordajes y herramientas. Capítulo IV. UNLP, 2015.

Ajzenman, Nicolás y López Boo, Florencia, Ciencia de los detalles. Ed. Paidós.

Bibliografía complementaria

VILAS, Carlos (2011) *Después del neoliberalismo: estado y procesos políticos en América Latina*; UNLA; pp. 9 a 19 y 111 a 145.-

Unidad 2: Análisis situacional, sus niveles de participación, sus herramientas, sus narrativas

Planificación estratégica, situacional y participativa. Análisis situacional. Metodologías de obtención de datos y de análisis de datos. Niveles de participación en el proceso. Análisis de las narrativas organizacionales.

Bibliografía para consulta en el proceso metodológico.

Fundación CIGOB (2015) Guía metodológica para el diseño de una estrategia de intervención sobre problemas . Fundación CiGob.

Fara Carlos, Veggetti Fernanda ¿Cómo hacer el storytelling de una gestión? en “Manual de Comunicación Políticas. Acción para una buena comunicación de Gobiernos Locales p 105-115

Iconoclastas, Herramientas de trabajo para la reflexión y transformación social. MAPEO COLECTIVO

Geografías Comunitarias, Mapeo Comunitario y Cartografías Sociales: procesos creativos, pedagógicos, de intervención y acompañamiento comunitario para la gestión social de los territorios.

CIMAS, Observatorio Internacional de Ciudadanía y Medio Ambiente Sostenible, Manual de Metodologías Participativas, Madrid, 2009.

Martirano Maira, Construcción Colectiva de espacios de trabajo, Mar del Plata 2014.

Cano Agustín, La metodología de taller en los procesos de educación popular, Montevideo 2012.

Unicef Argentina, "Validación de Materiales, Guía Metodológica y Video de validación de materiales IEC" Buenos Aires, 2003.

Cajón de Herramientas de la Comunicación: <http://www.cajondeherramientas.com.ar/>

Unidad 3: Diseño de estrategias de comunicación, sus componentes.

El diseño de estrategias de comunicación. La sensibilización, la movilización y la abogacía en medios. La comunicación como recurso para la reflexión, la participación y la toma de decisiones informada.

Bibliografía obligatoria.

Bruno, Daniela, García Mora, Romina Quintana Matías, "¿Comunicación estratégica o estrategias de comunicación?" en Bruno Demonte, "PLANIFICACIÓN Y COMUNICACIÓN. Perspectivas, abordajes y herramientas." UNLP, 2015

Bibliografía para consulta en el proceso metodológico

Fundación CIGOB (2015) Guía metodológica para el diseño de una estrategia de intervención sobre problemas . Fundación CiGob.

UBA, CENOC, AFSCA, Curso de Comunicación Popular, Cuadernillo 2, "Producción de Materiales de Comunicación y Educación Popular".

http://www.unicef.org/argentina/spanish/resources_10851.htm.

Metodología de trabajo

Entendemos que en todo proceso de enseñanza aprendizaje, el desarrollo de conocimientos y habilidades se da en el marco de una dinámica en la que teoría y práctica se determinan mutuamente en una relación dinámica. Para facilitar este proceso socio práxico se diseñará una propuesta pedagógica que facilite espacios de diálogo entre los saberes previos de los/as estudiantes; los conocimientos de los equipos técnico- políticos que trabajan en políticas públicas a escala local y en organizaciones y movimientos sociales que pretenden incidir en las políticas públicas. La evaluación elaborada por lxs docentes apuntará a los siguientes aspectos:

- Diseño e implementación de diversas técnicas metodológicas de obtención de datos.
- Diseño e implementación de técnicas participativas para la planificación de procesos comunicacionales en diversos contextos sociales e institucionales.
- Lectura de temáticas sociales en clave comunicacional.
- Capacidad de análisis crítico sobre las prácticas del comunicador en el actual contexto socio político.
- Capacidad de diseñar e implementar procesos de planificación comunicacional estratégica. Situacional y participativa.

Instrumentos de Evaluación

La materia contará con tres instancias de evaluación:

- Un parcial individual de control de lectura sobre los textos introductorios de la unidad 1.
- Un análisis situacional participativo grupal, realizado en acuerdo con la organización o institución con la desarrollen el trabajo de campo.
- Un diseño de una estrategia de comunicación grupal que propondrá acciones y productos de comunicación para atender a las necesidades de comunicación de la organización o institución con la que desarrollen el trabajo de campo