

TALLER DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y COMUNITARIA

6º AÑO (ES)



ÍNDICE

Taller de comunicación institucional y comunitaria y su enseñanza en el Ciclo Superior	33
La perspectiva en comunicación desde América Latina	34
Mapa Curricular	36
Carga horaria	36
Objetivos de enseñanza	37
Objetivos de aprendizaje	37
Contenidos	39
Unidad 1. La comunicación en las instituciones y organizaciones	39
Unidad 2. La comunicación y la comunidad	39
Unidad 3. La comunicación popular	39
Unidad 4. Herramientas y metodologías para la comunicación institucional y comunitaria	39
Unidad 5. La producción de estrategias de comunicación	40
Orientaciones didácticas	41
Análisis de prácticas de comunicación institucional	42
Casos de comunicación popular	42
Cartografías colectivas: las organizaciones del barrio	44
Orientaciones para la evaluación	45
Criterios de evaluación	45
Bibliografía	46
Recursos audiovisuales	47

TALLER DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y COMUNITARIA Y SU ENSEÑANZA EN EL CICLO SUPERIOR

En el proceso de conformación del campo de la Comunicación como disciplina, el énfasis puesto en el análisis de los medios masivos se tradujo en repetidas oportunidades en propuestas de formación pensadas desde la perspectiva funcionalista o ideologicista. De esta manera, en talleres de educación no formal, en campañas de educación masivas en el marco de programas de promoción del desarrollo e incluso en las escuelas secundarias, se abordaba la comunicación como transmisión de información fundamentalmente por parte de los medios masivos, y se analizaban los efectos que dichos mensajes producían en las audiencias sin contemplar sus contextos y particularidades.

Sin embargo, desde hace más de una década la comunicación ha ocupado un lugar cada vez más visible en la formación de los jóvenes en la Escuela Secundaria, introduciéndose en las aulas nuevos enfoques y abordajes que evidencian la complejidad del campo y la imposibilidad de reducirlo al estudio de los medios masivos.

El Taller de Comunicación institucional y comunitaria perteneciente al 6° año de la Escuela Secundaria, posibilita a los estudiantes complejizar su mirada acerca de la sociedad en que se hayan insertos y de las prácticas de comunicación que se producen y reproducen en algunos ámbitos específicos del escenario social: las instituciones, organizaciones y comunidades. En este sentido, la asignatura promueve una comprensión más amplia del mundo social y cultural, brinda herramientas para intervenir en los procesos que se generan en estas organizaciones y potencia las capacidades de los sujetos que las integran, sus proyectos, estrategias, entre otros aspectos.

La formación en comunicación de los jóvenes en la Escuela Secundaria debe integrarse a prácticas comunicacionales de diferentes grupos y actores sociales. Para esto es fundamental generar instancias de acercamiento e intercambio y promover el diálogo con diversas organizaciones de la comunidad.

Dicho diálogo debe transformarse a su vez en un intercambio de saberes vinculados a un nuevo modo de aprender: aprender no sólo en y desde la institución educativa y los saberes disciplinares, sino en relación con las múltiples dimensiones de la vida cotidiana, en espacios no formales mediante el reconocimiento de los saberes y prácticas, recuperando otras fuentes y espacios de circulación del conocimiento.

Las modificaciones en el orden de la percepción invitan a nuevos modos de producción de conocimiento. Existen otras herramientas, otras posibilidades de obtener y relacionar la información, otros caudales de información a transitar en un proceso compartido con los otros. Por ello es fundamental que los estudiantes realicen propuestas para acercarse a las instituciones, grupos y comunidades como parte del reconocimiento de los escenarios sociales, fortaleciendo su participación en numerosas prácticas comunicacionales.

Desde el campo de la comunicación se han desarrollado innumerables prácticas que impulsaron procesos de transformación en América Latina. En vinculación con otros campos de conoci-

miento –como la medicina, la educación y la sociología–, la comunicación ha participado de procesos y prácticas tendientes a promover el desarrollo de diversos países, colaborando de esta manera en el reconocimiento de múltiples escenarios y problemáticas de análisis e intervención específica.

Existen problemáticas específicas y demandas concretas posibles de ser abordadas desde nociones y estrategias del campo de la comunicación en tanto perspectiva de análisis y desarrollo de modos de intervención para el fortalecimiento de los espacios institucionales y comunitarios. Como ya se ha mencionado, la complejización del campo de la comunicación ha implicado la definición de nuevos problemas de análisis, investigaciones y prácticas como resultado de múltiples procesos culturales y tecnológicos que contribuyeron al surgimiento de nuevos escenarios, problemáticas e interrogantes.

Desde la perspectiva que sostiene el Taller de comunicación institucional y comunitaria la comunicación es comprendida como un fenómeno sociocultural vinculado a los procesos de transformación. En este sentido, desde la década de 1950, con diferentes sesgos, enfoques y objetivos, los saberes del campo comunicacional han sido articulados con aportes y herramientas provenientes de la planificación y gestión organizacional y de las experiencias de promoción del desarrollo constituyendo un espacio de intervención específico: la planificación y gestión de procesos comunicacionales.

De esta manera, la planificación desde la comunicación puede contribuir a la praxis social transformadora y se presenta como una herramienta fundamental para la organización de procesos que tiendan a lograr una sociedad más justa.

Los procesos de planificación y gestión desde la comunicación implican también caminos de producción de conocimiento en el sentido de que toda práctica social pone en juego saberes que se resignifican a partir de la relación con el otro y la toma de decisiones para la acción ya sean estas individuales o colectivas.

Comprender y reconocer la dimensión comunicacional de los problemas que afectan a los diferentes grupos y actores sociales, permite elaborar propuestas y proyectos que vehiculicen transformaciones vinculadas a sus posibilidades y expectativas.

LA PERSPECTIVA EN COMUNICACIÓN DESDE AMÉRICA LATINA

En América Latina el pensamiento popular recupera los relatos de las alteridades excluidas por las corrientes eurocéntricas e impone el reconocimiento del otro históricamente menospreciado, de los significados y tradiciones que alimentan la visión de los vencidos, "la otra cara de la conquista."¹

Alcira Argumedo considera que las concepciones surgidas de estos sectores contienen potenciales teóricos emergentes de las experiencias vitales y de las experiencias culturales de un sujeto social heterogéneo que encuentra sus puntos de unidad en una historia común de resis-

¹ Argumedo, Alcira, *Los silencios y las voces en América Latina. Notas Sobre el pensamiento Nacional y Popular*. Buenos Aires, Ediciones sobre el Pensamiento popular, 2004.

tencias y desgarramientos, sueños de dignidad y autonomía. Se trata de una historia integrada por innumerables identidades y saberes que han conformado una matriz de pensamiento.

Este mirar desde el espacio social e histórico de las masas populares latinoamericanas fundamenta una filosofía y un conocimiento que piensa la historia y el devenir humano "también desde la esclavitud y la servidumbre". Un lugar epistemológico evalúa críticamente las corrientes ideológicas del norte que se expresan en los escenarios políticos de América Latina interrogando en cada contexto particular acerca del espacio que dichas corrientes otorgan a las masas del continente. Pensar desde América Latina requiere un instrumental teórico-conceptual que recupere las resistencias culturales, las manifestaciones políticas, las gestas, la literatura, el ensayo, las cosmogonías, las relaciones entre el hombre y la naturaleza, los sentimientos religiosos, las formas de conocimiento y las mentalidades populares, los pequeños y grandes episodios de dignidad, los saberes que están en los bordes, las "orillas de la ciencia".

La perspectiva latinoamericana surge de un pensamiento crítico dirigido a cuestionar los límites y falencias del proyecto de la Modernidad; constituye una mirada de los procesos de transformación que pone el acento en las siguientes dimensiones:

- las matrices culturales;
- las otras ideas;
- la pluriculturalidad;
- los procesos creativos;
- los sentidos de lo diverso;
- la lucha por los sentidos propios;
- el diálogo de saberes;
- el aprender con otros, la comunicación;
- la producción social del propio deseo;
- la generación de utopías;
- el paradigma emergente.

Esta propuesta trata de integrar diferentes trayectos de reflexión que permitan abordar los procesos de comunicación en las instituciones y en la comunidad desde una perspectiva que contemple su complejidad.

El Taller de comunicación institucional y comunitaria propone un trayecto formativo vinculado al ámbito de la comunicación desde el cual abordar las nociones, preguntas, problemas y ejemplos de prácticas y experiencias, con el fin de suscitar la reflexión acerca de los procesos de comunicación en las instituciones y en la comunidad.

Además, se propone un acercamiento a las herramientas y metodologías para generar propuestas de comunicación, profundizar los vínculos de la comunicación con diferentes ámbitos de intervención poniendo en juego procesos de planificación e implementación de proyectos comunicacionales. Vincula así la perspectiva del desarrollo a los procesos de comunicación, que permiten pensar la realidad desde enfoques de transformación.

Los aportes teóricos y el desarrollo de prácticas son dos instancias indispensables para promover procesos de aprendizaje en el campo de la comunicación en instituciones y comunidades. Es en las instancias propias de la práctica que los alumnos y docentes generan espacios de resignifica-

ción, creación y apropiación de teorías y métodos. Estas instancias deben facilitar los procesos de reflexión para la acción y la producción de nuevos conocimientos, herramientas y tecnologías.

Esta propuesta se basa en la participación activa del sujeto en el proceso de aprendizaje al tiempo que aporta a su formación para la participación reflexiva en la vida social dado que se considera que el conocimiento sólo se construye mediante la participación, la investigación y la problematización.

Por último, se espera lograr procesos de diseño de estrategias de comunicación institucional y comunitaria.

Vale aclarar que a la hora de intervenir en espacios y organizaciones se deberá contemplar el no realizar un uso instrumental de los mismos. El trabajo en conjunto en estos espacios será un proceso de construcción colectivo con los otros.

MAPA CURRICULAR

Materia	Taller de comunicación institucional y comunitaria
Año	6°
Unidad 1	La comunicación en las instituciones y organizaciones.
Unidad 2	La comunicación y la comunidad.
Unidad 3	La comunicación popular.
Unidad 4	Herramientas y metodologías para la comunicación institucional y comunitaria.
Unidad 5	La producción de estrategias de comunicación.

CARGA HORARIA

La materia Taller de comunicación institucional y comunitaria se encuentra en el 6° año de la Escuela Secundaria orientada en comunicación. Su carga horaria es de 108 horas totales; si se implementa como materia anual su frecuencia será de 3 horas semanales.

OBJETIVOS DE ENSEÑANZA

- Acercar categorías conceptuales que permitan reflexionar desde la comunicación acerca de los procesos de organización institucional y comunitaria y su relación con los procesos socio-históricos y la realidad latinoamericana.
- Recuperar categorías y saberes que los estudiantes construyen en otros ámbitos de formación para el análisis histórico, social y cultural de las organizaciones, instituciones y comunidades.
- Acercar información, textos, conceptos y ejemplos que permitan comprender los procesos de comunicación institucional y comunitaria.
- Diseñar estrategias didácticas que permitan a los alumnos visualizar la comunicación como proceso sociocultural presente en la vida de las instituciones y de la comunidad.
- Presentar ejemplos de experiencias de comunicación popular y comunitaria del barrio y localidad de pertenencia, de nuestro país y de América Latina.
- Introducir categorías conceptuales que permitan reflexionar acerca de la comunicación popular y su relación con los procesos socio-históricos y la realidad latinoamericana.
- Introducir herramientas de planificación de proyectos de comunicación para diseñar estrategias y proyectos que fortalezcan los procesos institucionales y comunitarios.
- Vincular las prácticas de los estudiantes con las instituciones y organizaciones de la comunidad.
- Orientar el trabajo de análisis y diseño de propuestas de comunicación institucional y comunitaria de las prácticas que realizan los estudiantes.
- Brindar ejemplos y proponer estudios de caso que permitan a los estudiantes indagar en los problemas y potencialidades de las organizaciones y comunidades, sus modos de construir sus prácticas comunicacionales y los sentidos sociales que actualizan en ellas.
- Aportar ejemplos de estrategias comunicacionales en diferentes lenguajes y soportes.
- Introducir herramientas metodológicas de planificación de estrategias de comunicación institucional y comunitaria.
- Planificar momentos de enseñanza donde se problematicen los análisis realizados en organizaciones o comunidades y se evalúen los modos en que se articulan con las estrategias comunicacionales diseñadas.
- Incorporar con distintos grados de complejidad el uso de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Conectividad (NTICX) en la enseñanza del Taller de comunicación institucional y comunitaria.
- Promover el trabajo en equipo donde se integren las experiencias personales de los estudiantes al proceso de enseñanza y aprendizaje.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

- Alcanzar una comprensión general de las características y modos de organización, de trabajo y de las problemáticas de las organizaciones y su relación con las comunidades a las que pertenecen.
- Comprender las características de los procesos de comunicación en las organizaciones y en la comunidad con el propósito de profundizar el conocimiento acerca de estos espacios y ámbitos sociales que forman parte de su vida cotidiana.

- Conocer los lineamientos político-pedagógicos de las prácticas de comunicación popular y sus tradiciones en América Latina y Argentina, así como sus limitaciones y potencialidades.
- Analizar procesos y prácticas comunicacionales que se desarrollen en instituciones, grupos y comunidades, planificar proyectos de comunicación institucional y comunitaria, implementarlos y evaluarlos.
- Aplicar los conocimientos adquiridos para la comprensión de las problemáticas comunicacionales y la elaboración de propuestas de intervención.
- Producir estrategias vinculadas a la comunicación institucional y comunitaria.
- Recuperar los saberes que los estudiantes construyen en otros ámbitos de formación para la producción de estrategias comunicacionales.
- Diseñar estrategias de comunicación institucional y comunitaria.
- Participar en equipos de trabajo donde se integren las experiencias personales al proceso de enseñanza y aprendizaje.

CONTENIDOS

UNIDAD 1. LA COMUNICACIÓN EN LAS INSTITUCIONES Y ORGANIZACIONES

- Rasgos que hacen al funcionamiento de las instituciones y organizaciones.
- Las prácticas de comunicación en las organizaciones y comunidades.
- La significación del proceso comunicacional en la dinámica institucional.
- Análisis de la comunicación interna y construcción de culturas organizacionales e identidades institucionales.
- Vínculos entre las instituciones en el contexto social, regional, local y barrial.

UNIDAD 2. LA COMUNICACIÓN Y LA COMUNIDAD

- Caracterización general de la comunidad. La comunidad como ámbito de comunicación.
- El barrio como espacio de socialización y producción cultural. Lo barrial y lo comunitario.
- Organización y proyecto en la comunidad.
- Las organizaciones de la comunidad como actores colectivos de comunicación.
- Esfera pública, espacio público y comunicación comunitaria.

UNIDAD 3. LA COMUNICACIÓN POPULAR

- La comunicación popular en América Latina y Argentina.
- La comunicación alternativa en América Latina.
- Características, intencionalidades y proyectos de la comunicación popular: generar participación, promover educación, democratizar la palabra, proteger y participar de la construcción de lo público, reconocer y fortalecer las identidades.
- La comunicación popular o alternativa en diferentes momentos históricos: las décadas de 1970, 1980, 1990 y 2000: características y posibilidades transformadoras de la comunicación.
- Las producciones gráficas y los radios populares, comunitarias y educativas. El video en la comunicación popular y comunitaria. Las nuevas posibilidades de comunicación mediadas por tecnologías y movimientos sociales. Realización de prácticas y experiencias en medios populares y organizaciones de la comunidad. Creatividad, expresividad, esteticidad y modos de interpelación en la ciudadanía crítica.

UNIDAD 4. HERRAMIENTAS Y METODOLOGÍAS PARA LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL Y COMUNITARIA

- El análisis de procesos y prácticas de comunicación en instituciones, organizaciones y comunidades: el reconocimiento de actores y relaciones de comunicación. Ámbitos, momentos

y espacios comunicacionales. Lenguajes, contextos, modos de comunicar y procesos de significación de las prácticas comunicativas. Las relaciones de poder en las situaciones de comunicación. Los modos de establecer relaciones de comunicación entre instituciones: el mapeo de actores sociales.

- Identificación de problemas y potencialidades de comunicación. Propuestas y líneas de acción.
- La planificación de proyectos de comunicación: la relación entre problemas de comunicación, objetivos y actividades.
- La coordinación y gestión de proyectos de comunicación: la organización y la toma de decisiones. La administración de los recursos. La sistematización de las experiencias y la producción de conocimiento. La evaluación del proceso.

UNIDAD 5. LA PRODUCCIÓN DE ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN

- De las líneas de acción a la producción de estrategias de comunicación institucional y comunitaria.
- Producción de diferentes estrategias de comunicación: elaboración de piezas de comunicación y planificación de espacios para la difusión. La campaña comunitaria.
- El proceso de diseño de las estrategias: definición de objetivos, actividades, soportes, códigos y lenguajes. Identificación y construcción de destinatarios o interlocutores. Estrategias de comunicación de acuerdo al ámbito institucional y comunitario.
- La construcción de discursos institucionales: los contenidos de la comunicación y los sentidos que se proponen producir en los "otros". La producción de mensajes desde una perspectiva relacional de la comunicación: la importancia de "producir para alguien", la caracterización de los interlocutores y el proceso de recepción. La producción de mensajes propios como estrategia para disparar el habla en la comunidad, fortalecer sus identidades, difundir sus proyectos y problemáticas.
- Los productos de comunicación: la definición de soportes, formatos y géneros según destinatarios y ámbitos de comunicación.

ORIENTACIONES DIDÁCTICAS

El Taller de comunicación institucional y comunitaria recupera los aportes que ofrecen las materias Introducción a la comunicación perteneciente al 4° año; Comunicación y culturas del consumo; Observatorio de comunicación, cultura y sociedad y Observatorio de Medios pertenecientes al 5° año, articulándose con el Taller de Producción en lenguajes y la asignatura Comunicación y transformaciones socioculturales del siglo XXI, ambas pertenecientes a 6° año. A su vez, requiere para su abordaje de los contenidos de Construcción de Ciudadanía y Política y Ciudadanía.

En este sentido, el Taller de comunicación institucional y comunitaria recupera contenidos de las anteriores asignaturas para el análisis de prácticas y procesos de comunicación en instituciones y comunidades, de la misma manera que el Taller de producción en lenguajes se propone acercar a los estudiantes procesos de producción de herramientas comunicacionales de diferentes características, sentidos y alcances.

Es importante destacar que la modalidad "taller" de esta materia implica algunas dimensiones metodológicas a ser consideradas por los docentes.

- El taller se presenta como un espacio de construcción colectiva de conocimientos acerca de la práctica.
- Parte del reconocimiento de los saberes previos de los sujetos, sus necesidades, demandas y experiencias.
- Resulta importante que los procesos de trabajo se articulen en pequeños grupos.
- Se valora la participación de los alumnos en la responsabilidad de sus propios aprendizajes.
- Se integran experiencias personales de los jóvenes en el proceso de enseñanza y aprendizaje.
- Es deseable que los docentes generen situaciones de enseñanza donde se ponga en juego la reflexión acerca de la práctica, aportando miradas que permitan enriquecer el trabajo, señalando obstáculos al momento de la producción, y creando las condiciones pedagógicas que favorezcan la problematización y la participación.

En este marco, la trayectoria formativa que brinda el taller se vincula con el modo de intervención y construcción de conocimiento en terreno. La práctica constituye en este sentido una importante fuente de conocimiento en tanto posiciona a los estudiantes de cara al desafío de participar y problematizar acerca del proceso de comunicación en espacios concretos tales como instituciones y organizaciones comunitarias.

Esta propuesta pretende generar procesos de intercambio de saberes y aprendizajes mutuos entre los estudiantes y las organizaciones, como así también nuevas síntesis de los recorridos educativos ya transitados en función de situaciones concretas. El énfasis del proceso práctico está puesto en lo vivencial, cuestión que determina un desafío tanto para el docente como para los estudiantes en miras a facilitar el recorrido.

La práctica es concebida como fundamental para esta propuesta de aprendizaje dado que es aquí donde los saberes, el conocimiento y las herramientas aportadas por la materia adquieren sentido, en tanto trabajar en una organización permite a los jóvenes dialogar y analizar situaciones de comunicación y posicionarse como sujetos activos en la realización de proyectos.

El intercambio con distintos actores sociales e institucionales de la comunidad permite tomar contacto con diferentes problemáticas que enfrentan las instituciones.

En suma, se trata de poner en práctica lo aprehendido y favorecer la búsqueda de otras perspectivas, nociones, metodologías y herramientas. A continuación, se presentan algunos ejemplos de actividades que integran diferentes contenidos y que promueven situaciones de enseñanza como las descritas de manera general en este apartado.

ANÁLISIS DE PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Contenidos pertenecientes a la Unidad 1 que serán abordados en esta actividad.

- Las prácticas de comunicación en las organizaciones y comunidades.
- La significación del proceso comunicacional en la dinámica institucional.
- Análisis de la comunicación interna y construcción de culturas organizacionales e identidades institucionales.

Contenidos pertenecientes a la Unidad 2 que serán abordados en esta actividad.

- El análisis de procesos y prácticas de comunicación en instituciones, organizaciones y comunidades: el reconocimiento de actores y relaciones de comunicación. Ámbitos, momentos y espacios comunicacionales. Lenguajes, contextos, modos de comunicar y procesos de significación de las prácticas comunicativas. Las relaciones de poder en las situaciones de comunicación.

Se propone a los estudiantes ver la película "Entre los muros" (Francia, 2008) del director Laurent Cantet. Luego de la proyección se solicita a los alumnos que debatan y respondan en grupo las siguientes preguntas entre otras que podría formular el docente.

- ¿Quiénes son los actores que participan de las situaciones de comunicación?
- ¿Cuáles son los roles que aparecen representados institucionalmente?
- ¿Cuál es el conflicto principal de la película? ¿Es un problema de comunicación? ¿Por qué? ¿Cuál es la dimensión comunicacional del problema?
- ¿De qué modos se construyen las relaciones entre los diferentes actores?
- ¿La institución facilita o dificulta la comunicación?

Es importante que cada grupo registre las conclusiones de manera que puedan exponerse en un plenario. Durante el mismo, el docente orientará el intercambio problematizando las respuestas de los estudiantes y aportando información, ejemplos, preguntas, etcétera.

CASOS DE COMUNICACIÓN POPULAR

Los contenidos trabajados con esta actividad pertenecientes a la Unidad 3, son los siguientes:

- La comunicación popular y alternativa en América Latina y Argentina.
- Las características, intencionalidades y proyectos de la comunicación popular: generar participación, promover educación, democratizar la palabra, proteger y participar de la construcción de lo público, reconocer y fortalecer las identidades.
- La comunicación popular o alternativa en diferentes momentos históricos: las décadas de 1970, 1980, 1990 y 2000: características y posibilidades transformadoras de la comunicación.

La actividad consiste en brindar a los estudiantes material escrito acerca de experiencias de radios latinoamericanas vinculadas a experiencias comunitarias.

Se divide en grupos al curso y se entrega a cada grupo dos textos que describen las experiencias.

Fuente para ejemplo de experiencias: Alfonso Gumucio Dragon, *Haciendo olas. Historias de comunicación participativa para el cambio social*.

Luego de la lectura de los textos se solicita a los grupos que respondan las siguientes preguntas.

¿Qué objetivos o intencionalidades persigue el proyecto en la comunidad?

¿En qué contexto social e histórico se sitúa el proyecto?

¿Quiénes son los actores protagonistas y cómo se organizan?

¿Mantienen vínculos con otros actores o grupos? ¿Cuáles?

¿Qué recursos, medios y lenguajes utilizan?

¿Qué diferencias y similitudes encuentran entre estas experiencias? ¿Cuáles creen que son las causas de esas similitudes y diferencias?

Posteriormente se solicita a los grupos que sistematicen las conclusiones en un afiche para compartir con el resto de sus compañeros. Una posibilidad de continuidad de esta actividad consiste en mostrar otros casos actuales de comunicación popular o participativa mas cercanas con el objetivo de analizar las diferencias en los proyectos, los contextos, los medios y lenguajes utilizados, las estrategias de comunicación, entre otros aspectos. Si existieran proyectos de comunicación popular en la comunidad en la que se trabaja podría organizarse una visita a la organización o las organizaciones que lo impulsan y entrevistar a algunos de sus miembros. En dichas entrevistas se relevaría información que permita observar las características de estos proyectos, sus estrategias, las dificultades que atraviesan, los modos en que estos proyectos se articulan con los nuevos contextos históricos y sociales, etcétera.

CARTOGRAFÍAS COLECTIVAS: LAS ORGANIZACIONES DEL BARRIO

Esta actividad articula los siguientes temas:

- El análisis de procesos y prácticas de comunicación en instituciones, organizaciones y comunidades: el reconocimiento de actores y relaciones de comunicación.
- Interacciones entre instituciones en el marco de su contexto social, regional, local y barrial.
- Los modos de establecer relaciones de comunicación entre instituciones: el mapeo de actores sociales.

La propuesta de trabajo consiste en la elaboración colectiva de un mapa del barrio en el que se localiza la escuela. En el mismo se deberán identificar los actores de comunicación (las instituciones, las organizaciones, algunos vecinos que resulten referentes) y los espacios y circuitos de comunicación. Para esto se identifican, además, los lugares donde se concentran los vecinos y los espacios por los que circulan.²

En una segunda etapa de trabajo se puede realizar una recorrida por el barrio para completar el mapa y posteriormente dividir al curso en grupos pequeños. Cada grupo visitará a una de las organizaciones del barrio. Mediante entrevistas con alguno de sus referentes se propone que cada grupo reconstruya la historia de la organización y el proyecto que le dio origen. A continuación, se presentan algunas preguntas guía para esta actividad:

- ¿Cómo surgió la organización?
- ¿Qué propuesta tiene para los vecinos?
- ¿Quiénes participan?
- ¿Qué proyectos realizan?
- ¿Cómo se organizan para el trabajo?
- ¿Qué proyectos o actividades desearían realizar en el futuro?
- ¿De qué modo comunican a otros sus ideas y acciones?

Resulta importante que luego de recopilar y sistematizar esta información se genere en el aula espacio para el intercambio entre los alumnos, de manera que sea posible comparar experiencias, analizarlas colectivamente e identificar problemas y potencialidades de las organizaciones. Estos análisis formarán parte de la información que servirá de base para la definición posterior de líneas de acción y de los proyectos de comunicación a desarrollar.

² DGCyE, *Diseño curricular de Comunicación, cultura y sociedad*. DGCyE, La Plata, 2010.

ORIENTACIONES PARA LA EVALUACIÓN

La evaluación en el taller deberá atender a las dos dimensiones planteadas para la enseñanza poniendo mayor énfasis en los procesos que en los resultados. No debe olvidarse entonces que si bien es necesario el aprendizaje de determinadas estrategias e instrumentos de investigación y producción, los mismos no deben considerarse objeto de evaluación en sí mismas sino estrategias de comprensión y problematización de la realidad en la que las organizaciones e instituciones analizadas se encuentran insertas. Lo mismo vale en relación a los contenidos temáticos conceptuales abordados en relación a cada uno de los objetos/problemas trabajados y en los que no se plantea la evaluación del caudal de conocimientos que se tenga acerca de los mismos, sino su posibilidad de comprensión y desnaturalización.

En este sentido, las evaluaciones deben dar cuenta del espacio de confluencia entre lo teórico y lo metodológico, atendiendo en especial a los procesos de apropiación y aprendizaje de los temas abordados en el taller, valorando en este sentido tanto la producción epistemológica objetiva como la epistemológica subjetiva. Asimismo, por tratarse de una modalidad de trabajo colectiva es importante recuperar y evaluar los niveles de implicación y producción en colaboración, y la recuperación de las características solidarias y de respeto del otro.

Recordamos que el propósito final de la materia es posibilitar a los estudiantes complejizar su mirada acerca de la sociedad en que se encuentran insertos y de las prácticas de comunicación que se producen y reproducen en algunos ámbitos específicos del escenario social: las instituciones, organizaciones y comunidades desde un enfoque comunicacional; por este motivo, la evaluación deberá estar centrada en los procesos de las investigaciones y eventualmente en la generación de los productos emergentes de las mismas.

Se debe contemplar como parámetro permanente que los procesos evaluativos guardan relación directa con los objetivos de enseñanza y aprendizaje a trabajar y evaluar en clave de proceso. Esto requiere considerar factores continuos de evaluación que valoren el esfuerzo y participación en la tarea diaria, el compromiso con la actividad grupal, la lectura de bibliografía indicada, la participación activa en el debate y discusión, el cumplimiento en los plazos de cada etapa metodológica, además de otra tarea estipulada que se considere relevante.

Las condiciones de evaluación deberán ser comunicadas con claridad a los estudiantes al inicio del curso, al igual que los resultados de evaluación de manera que no queden dudas acerca de los criterios establecidos en relación a los objetivos del programa de la asignatura.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Los criterios de evaluación contemplarán la adquisición de los conocimientos abordados en el desarrollo de la materia, pero en este caso en particular se hace centro en el grado de desarrollo reflexivo que se alcance sobre el objeto de estudio, íntimamente vinculado con la realidad cotidiana de los estudiantes.

Deberá también considerarse el principio de diversidad en el avance que cada uno de ellos logre en su cursada bajo la premisa de una superación personal que le permita valorar el propio esfuerzo y no aceptar las limitaciones como algo natural.

El factor eminentemente práctico y analítico de esta materia hace que los criterios de evaluación se establezcan en base a consideraciones acerca del desarrollo del proceso de la actividad sin poner énfasis en el producto final. Es decir, considerar la cuestión-problema del trabajo, el compromiso personal y grupal, las fuentes de búsqueda de materiales y elementos, las estrategias desplegadas, los cambios y reformulaciones realizadas en el proceso, la discusión problematizadora y finalmente, el análisis reflexivo final del desarrollo para identificar dónde estuvieron las dificultades e identificar los momentos en que la tarea pudo haber seguido otro camino, de la misma manera que se considera importante recuperar la mirada del grupo respecto de su propio proceso.

Por ello de la evaluación como proceso resultan la observación directa y el seguimiento del aprendizaje, instrumentos centrales de la tarea del docente, con la mira puesta en fomentar la práctica de acción y reflexión. Esto último debe considerarse un factor esencial dado que no debe olvidarse el carácter interdisciplinario de la comunicación en el marco de las ciencias sociales y por ende el objetivo final del aprendizaje: formar a los alumnos en el análisis crítico, progresivo e incesante durante su pertenencia a la Escuela Secundaria.

BIBLIOGRAFÍA

- AA. VV, *Construyendo la paz desde la organización Social. Conocimientos, experiencias y ejercicios*. Programa por la paz, Compañía de Jesús. Bogotá, Agosto de 2005.
- --, *Radio escolar infantil, una aventura de quijotes, mosqueteros y tripulantes*. Proyecto de comunicación para la infancia. Bogotá, 2000.
- --, *Caja de herramientas de participación juvenil Probando Andamos. Componente de Participación y Gestión Social de la* GTZ/ECUADOR. Ministerio de Trabajo del Ecuador. Casa Metropolitana de la Juventud del Municipio de Quito. Ecuador, 2006.
- --, *Ya no es posible el silencio. Textos, experiencias y procesos de comunicación ciudadana*. Centro de Competencia en Comunicación para América Latina. Bogotá, 2007.
- --, *Barrio Galaxia. Manual de Comunicación comunitaria*. Buenos Aires, Centro Nueva Tierra, 2000.
- Armas Castañeda, Segundo, *Imaginándonos el futuro. La comunicación como estrategia para el desarrollo*. Centro de Educación y Comunicación. Lima, 1995.
- Cantillo, Lorena; Rosales, Mónica, *Reconocer el entorno para Comunicar con sentido*. Programa de educación en comunicación para el Desarrollo. Quito, Junio de 2002.
- --, *Una apuesta, diversas miradas. Programa de educación en comunicación para el Desarrollo*. Quito, Junio de 2002.
- Cortés, Carlos Eduardo, *La comunicación al ritmo del péndulo. Medio siglo en busca del desarrollo*. Bogotá-Quito, Mimeo, 1997.
- DGCyE, *Diseño Curricular para la Educación Secundaria Construcción de Ciudadanía*. La Plata, DGCyE.
- Gumucio Dragon, Alfonso, *Haciendo olas. Historias de comunicación participativa para el cambio social*. Informe para la Fundación Rockefeller. 2001.
- Kaplún, Mario, *El Comunicador popular*. CEDEPO. Buenos Aires, Lumen-Humanitas, noviembre de 1996.
- Mata, María Cristina, *Diagnosticar también es pensar la comunicación*. Córdoba, La Crujía, 1993.

- — —, *Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva*. Buenos Aires, La Crujía, 1994.
- Orozco Gomez, Guillermo (coord.), *La comunicación desde las prácticas sociales. Reflexiones en torno a su investigación*. México, Universidad Iberoamericana, 1990.
- Perez Serrano, Gloria, *Elaboración de proyectos sociales*. Madrid, Narcea, 1993.
- Prieto Castillo, Daniel, *Diagnóstico de la comunicación*. CIESPAL, Quito, 1990.
- — —, *Mediación de Materiales para la comunicación rural*. INTA, *Serie comunicación rural*. Dirección de comunicaciones. Buenos Aires, 1995.
- Torti Ariel, *Comunicar para cooperar*. Instituto para la cultura, la innovación y el Desarrollo. Córdoba, Noviembre de 2002.
- UNICEF, *Colección Comunicación y Desarrollo*. Buenos Aires, UNICEF, 2006.
- Villamayor, Claudia; Lamas, Ernesto, *Gestión de la radio comunitaria y ciudadana*. FES/AMARC. 1998.

RECURSOS AUDIOVISUALES

Programa EnREDando Jóvenes para el Desarrollo (CD interactivo), La Red, comunicación y cultura, y Ecos producciones. CD interactivo sobre el programa EnREDando Jóvenes para el Desarrollo. Misiones, 2002.

Bananotas de Jamayco (DVD), Ecos producciones. Posadas, 2008.

Entre los muros, dirigida por Laurent Cantet. Francia, 2008.

La estrategia del caracol, dirigida por Sergio Cabrera. Colombia, 1993.

*La dignidad de los nadie*s, dirigida por Pino Solanas. Argentina, 2005.

