

Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo A. Podestá"
Repositorio Institucional

Aplicación de investigación-acción-participativa (IAP) a diagnóstico y desarrollo de estrategias sobre actividad comunicacional de colegios profesionales de Córdoba

Año
2017

Autor
Ardini, Claudia

Este documento está disponible para su consulta y descarga en el portal on line de la Biblioteca Central "Vicerrector Ricardo Alberto Podestá", en el Repositorio Institucional de la **Universidad Nacional de Villa María**.

CITA SUGERIDA

Ardini, C. y Mirad, H. N. (2017). *Aplicación de investigación-acción-participativa (IAP) a diagnóstico y desarrollo de estrategias sobre actividad comunicacional de colegios profesionales de Córdoba*. Villa María: Universidad Nacional de Villa María

APLICACIÓN DE INVESTIGACIÓN-ACCIÓN-PARTICIPATIVA (IAP) A DIAGNÓSTICO Y DESARROLLO DE ESTRATEGIAS SOBRE ACTIVIDAD COMUNICACIONAL DE COLEGIOS PROFESIONALES DE CÓRDOBA

Ardini, Claudia (FCC – UNC – IAPCS – UNVM)

Mirad, Heraldo Nahúm (UNVM- IAPCS)

“Saber que enseñar no es transferir conocimiento, sino crear las posibilidades para su propia producción o construcción” (Paulo Freire – Pedagogía de la autonomía)

Resumen

Las estrategias de comunicación de las organizaciones sociales emergen de la articulación, dinámica en el tiempo, de las identidades, saberes, proyectos, intereses, cultura, etc. de sus integrantes. Cuando estos colectivos se integran junto a otros en colectivos de segundo orden, se abren posibilidades de ampliar las dinámicas de cada uno de ellos, pero también se plasman las dificultades de construcción de lo común desde lo particular. Generar los espacios de conversación a los fines de formular modelos de trabajo integradores es una de las estrategias posibles. El doble propósito del presente reporte es tanto documentar las propuestas arribadas por un conjunto de comunicadores y decisores vinculados a Colegios Profesionales de Córdoba a los fines de articular sus iniciativas comunicacionales, como de analizar la capacidad de metodologías de Investigación Acción Participativa (IAP), particularmente la técnica denominada Café Mundial, para facilitar procesos grupales de diagnóstico y formulación de estrategias de acción colectivas en organizaciones de organizaciones.

Palabras clave: Organizaciones, Comunicación, Estrategias, Metodologías participativas, Café Mundial

Introducción

Durante junio, julio y agosto de 2017 se llevó adelante un seminario taller sobre “Comunicación Prospectiva Estratégica para Organizaciones”, impulsado por la Federación de Profesionales Universitarios de la Provincia de Córdoba (FEPUC), en conjunto con el Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales de la Universidad de Villa María, orientado a los miembros de equipos de comunicación y decisores de los 30 Colegios Profesionales que integran la primera entidad.

El seminario taller constó de 5 encuentros realizados en la ciudad de Córdoba, en los que participaron más de 50 personas, donde se desarrollaron diferentes temáticas vinculadas a la comunicación de este tipo de organizaciones gremiales, que representan a los profesionales de diferentes actividades de la provincia mediterránea argentina.

Desde el momento de la demanda inicial, se fijó un propósito de orden global que consistía en generar una instancia de reflexión colectiva entre comunicadores y decisores de los colegio profesionales asociados a FEPUC que posibilitara, a partir de la puesta en común de determinadas temáticas, tanto identificar dificultades como vislumbrar desafíos.

Entre los objetivos secundarios planteados por el seminario taller se plantearon:

- Posicionar a la comunicación como espacio indisociable y recurso estratégico de la política organizacional en el ámbito de los colegios profesionales.
- Reconocer capacidades y potencialidades comunicacionales en los colegios profesionales participantes;
- Proporcionar herramientas conceptuales y prácticas para el desarrollo de la comunicación organizacional;

- Adquirir los conocimientos y habilidades para desarrollar un Plan Estratégico de Comunicación basado en el proyecto de trabajo, objetivos y recursos de la organización e Incorporar herramientas concretas para comunicación efectiva.

Las temáticas planificadas para los encuentros fueron: “La auditoría comunicacional”; “El ecosistema comunicacional”; “Comunicar para crear comunidad”; “Públicos, audiencias y comunidad”; Perfiles comunicacionales de nuestras comunidades y su gestión”; “Comunicar para incidir”; “Comunicar para fortalecer la organización” y “Evaluación de campaña de matriculación profesional”.

De acuerdo con lo previsto en la planificación global, luego de la incorporación y discusión de diversos temas previstos en el programa, utilizando diferentes herramientas pedagógicas como lecturas, charlas, mapas conceptuales, trabajos grupales, etc.; se requería crear un espacio de reflexión colectiva que permitiese, desde las temáticas planteadas, desarrollar un diagnóstico y proponer vías de acción a la vez que consolidar el vínculo grupal, como uno de los objetivos centrales del seminario taller.

La prospectiva implica un ejercicio de investigar y proyectar futuros deseables en base a condiciones presentes, considerando las acciones que deben emprenderse para esos trayectos; la apuesta es desarrollarla en base a metodologías participativas.

Metodologías de Investigación-Acción-Participativa (IAP)

La denominada Investigación-Acción-Participativa (IAP) no posee un método propio. Supone la simultaneidad del proceso de conocer y de intervenir, e implica la participación de las personas involucradas en el programa de estudio y de acción. (Ander Egg, 2003)

Las diversas propuestas que operacionalizan sus procedimientos, se atienen a las exigencias del método científico ya que no existe pues, como algunos afirman, una oposición metodológica entre la IAP y los procedimientos clásicos de investigación social.

Precisamente, la IAP recurre a los métodos y las técnicas tradicionales de investigación social; sin embargo, lo hace de una manera flexibilizada, con ciertas peculiaridades que resultan del hecho de la participación y de los fines que persigue.

La implicación de los investigadores en los resultados de la investigación da una particularidad a la IAP, que no tienen las formas tradicionales de investigación social, con la advertencia de que la IAP es un método de intervención social que incluye bastante más que la fase investigativa. Se trata de una metodología que mezcla los enfoques dialécticos y sistémicos que, a su vez, privilegia el uso de los métodos cualitativos sobre los cuantitativos.

Desde el momento en que la IAP, como un aspecto sustancial de su enfoque operativo, tiene en cuenta los intereses, modo de ver los problemas y los cambios de situación que la gente desea, esto le otorga una significación y un estilo diferentes de los métodos clásicos de investigación. Esta peculiaridad también existe en metodologías participativas como determinadas opciones dentro del desarrollo de la comunidad, la educación popular y la animación sociocultural (Ander Egg).

No se puede avanzar en el proceso de la IAP si no se aplican procedimientos que posibiliten la participación activa de las personas involucradas en el plan de trabajo para que mejore el conocimiento de la situación en la que están inmersas. Al mismo tiempo, esto ha de servir para que aquello que las personas sienten y viven sea conocido por el equipo o la persona que, como investigador o promotor participa en el proyecto. Pero como lo advierte la pedagogía freiriana, el proceso comunitario de aprender genera también las posibilidades de empoderamiento de las personas sobre el conocimiento generado.

Las metodologías IAP abren el espacio de participación de las personas involucradas en el proceso de investigación y atienden al menos a dos aspectos que nos interesa resaltar.

En primer lugar, posibilitan el ejercicio del derecho a la participación, en segundo habilitan a la reconfiguración de los mapas de poder en los que a su vez generan el marco para el desarrollo de estrategias colectivas.

En cuanto al derecho a la participación, Julio Alguacil Gómez reflexiona en torno a la idea de que del conjunto de necesidades cuyos satisfactores podemos considerar Derechos Humanos, "quizá la más relevante en este sentido es la necesidad de participación ya que ésta interviene directamente y transversalmente optimizando el acceso a la satisfacción de las demás necesidades, es la más radical" (Alguacil Gómez, 2012).

Siguiendo al autor español, el ámbito donde estas necesidades se satisfacen es en los espacios relacionales y dialogales. La articulación de las personas que intervienen en la vida social, a esta perspectiva de la participación, como necesidad y como derecho, es lo que permite recuperar el sentido transversal y relacional de la participación. "Esa recuperación precisa, en consecuencia, de innovaciones capaces de traducir la participación en comunicación relacional para la acción ciudadana conjunta" (Alguacil Gómez).

En cuanto a la configuración/reconfiguración de las relaciones de poder que posibilita la participación, la visión de los espacios sociales en clave de territorios permite visualizar el rol del protagonismo de las personas en espacios dialógicos.

Si, como sostiene Milton Santos, "el territorio es el espacio socialmente construido", participar en los territorios implica ser parte de la dinámica de definición/redefinición de las relaciones de poder en esos territorios, entendidos estos como la producción social del espacio. Dicho en otros términos, "el territorio sintetiza relaciones de poder espacializadas, relaciones entre capacidades diferenciales para transformar, producir e imponer acciones y voluntades, sea bajo resistencia o no, bajo conflicto o no. Y esto no es más que reconocer que la producción social del espacio es un resultado del ejercicio de relaciones de poder" (Mabel Manzanal, 2008:33).

En el mismo sentido, Ricardo Cox Aranibar (1996) sostiene que la investigación y la planificación participativas son parte de un mismo proceso ordenado de sistematización y toma de decisiones, que permiten a un grupo social conocerse,

proyectarse y organizarse para su acción en el futuro.

Siguiendo a este autor, es preciso resaltar algunas características de la investigación y planificación participativas. El aspecto central del enfoque participativo en la investigación y la planificación, está en el protagonismo principal de los actores sociales en el proceso de generación de conocimientos y la toma de decisiones. La investigación y la planificación participativas se basan en el principio de que "participar es decidir".

La metodología de trabajo en la gestión participativa de los procesos de desarrollo, se fundamenta en los principios pedagógicos del "aprender haciendo" y avanzar "de lo sencillo a lo complejo", aplicando cabalmente el concepto de la reflexión-acción o teoría-praxis.

Con la planificación participativa se aprende mientras se formula y ejecuta ese plan. Se diseñan el horizonte, los objetivos y los indicadores que luego permiten realizar el seguimiento, control y evaluación de las acciones ejecutadas en el planeamiento estratégico y operativo.

En cuanto al carácter; en contraste a la planificación tradicional que posee un carácter de normalización metodológica, técnica y científica; Freire avanza sobre el carácter peculiar que tiene la planificación participativa:

"La planificación participativa posee un carácter no formal, es un proceso original y versátil, dado que el signo que la marca es básicamente la forma de ser de un pueblo, su grado de adecuación al entorno físico, cultural, económico y político de una realidad dada. Es un proceso que está a un paso de la creatividad sistemática y de la improvisación. Por eso, somos los únicos para quienes aprender es una aventura creadora, algo, por eso mismo, mucho más rico que simplemente repetir la lección dada. Para nosotros aprender es construir, reconstruir, comprobar para cambiar, lo que no se hace sin apertura al riesgo y a la aventura del espíritu" (Freire, 2008: 67)

Para el planteamiento de instancias dinamizadoras del aprendizaje como acto creativo colectivo, existen múltiples dinámicas de trabajo cooperativo que cumplen los requisitos de la IAP.

La elección de la herramienta Café Mundial para el presente trabajo, se basó en la exploración bibliográfica y la experiencia de los docentes del seminario taller. Esta metodología en particular implica un proceso relativamente simple, que requiere de tan solo dos horas por sesión y permite multiplicar en ellas las posibilidades de intervención efectiva de colectivos amplios, como se documenta en apartados subsiguientes. Parte del trabajo de investigación es reflexionar sobre las capacidades y alcances de esta herramienta para generar insumos para un proceso de IAP.

2.1- La dinámica de café mundial

World café es un proceso de dinamización de las conversaciones entre sus participantes. La técnica se desarrolla alrededor de preguntas que ayudan a intervenir en diálogos constructivos, que recogen aristas y particularidades de los participantes, fomentando la creatividad y el aprendizaje colaborativo, donde se descubren nuevas posibilidades de acción, significados comunes e inteligencia colectiva (Tiano, 2010: 1).

Esta metodología puede integrar grupos numerosos como una de sus principales particularidades. Las diferentes experiencias muestran resultados de un piso de 12 a más de 1000 personas.

Las conversaciones en un Café Mundial tienen como intención crear una red de sentidos en torno a temas que son importantes para que un grupo descubra significado compartido e impulse el conocimiento colectivo. Esto es posible a través del trabajo en equipo y del aprendizaje colaborativo, mediante el estímulo de las inteligencias racional, emocional y social de los participantes, quienes disciernen en un ambiente cálido, divertido y afectivo, impulsados por estímulos visuales, auditivos y kinestésicos que predisponen positivamente a la comunicación y a la liberación del conocimiento.

Los resultados implican un acto de creación, una aventura al decir de Paulo Freire, que además de aprendizajes fortalece las relaciones entre los participantes y refuerza los compromisos mutuos sobre las construcciones desarrolladas en las sesiones.

Tan importante como la conversación misma es la captura del conocimiento colectivo que surge a través de ella, tácito y explícito, el cual es tomado a través de diversos tipos de registro, gráfico, video, audio, mapas conceptuales etc. que se utilizan como referencia para el desarrollo de programas de trabajo y de reflexión, después de la experiencia de aprendizaje. (David Isaacs, 2005)

Conforme a sus autores, Brown e Isaacs (2005), la dinámica busca fomentar una nueva cultura de conversación entre organizaciones, negocios y personas; para afrontar exitosamente los grandes desafíos presentes en condiciones de rápido cambio y creciente complejidad, como las actuales. Las características principales son:

- Proceso creativo para desarrollar un diálogo y compartir conocimientos
- Se efectúa en un ambiente similar al de una cafetería
- Personas se sientan a una mesa
- Dialogan sobre algún problema que les atañe (preguntas principales)
- Al término del diálogo, en una siguiente ronda, se mueven hacia otras mesas
- Al final de las rondas se presentan los resultados de cada mesa.

Vista como técnica, Tiano (2010) señala que se permite la conversación entre interesados que representan a la comunidad donde se presenta la situación a resolver. Además, motiva que mediante dicha plática, entre todos se busquen patrones, se conecten visiones diversas y se obtengan y compartan descubrimientos.

Estado del Arte

Diversas experiencias documentadas señalan las principales características de la aplicación de esta herramienta: procesos participativos, la posibilidad de integrar miradas muy heterogéneas, la construcción de nociones de “abajo hacia arriba”, la posibilidad de generar ambientes empáticos que consoliden los proyectos comunes, la capacidad de desarrollar diagnósticos y visualizar estrategias comunes, entre otros. El reconocimiento de las maneras en que la técnica se empleó, además de permitir la inducción sobre sus posibilidades, permite interpretar contextos, alcances y eficacia.

Uno de los casos de referencia es la formulación de la “Estrategia Vasca de Empleo 2020”, realizada en junio de 2016 en el País Vasco (España). Concebida como una reflexión colectiva que buscó fomentar la máxima participación social, considerando

tanto los diferentes departamentos de Gobierno Vasco con una relación más directa con el empleo, como los agentes externos con incidencia en el empleo en Euskadi. Los convocados tenía un alto grado de heterogeneidad: Instituciones Locales y/o Territoriales -Diputaciones Forales, Agencias de Desarrollo Local-; Organizaciones Sindicales; Asociaciones Empresariales; Asociaciones Sectoriales y Clusters; Organizaciones de Economía Social y del Tercer Sector; Centros de Formación Profesional; Universidades; Otras Asociaciones o Instituciones; Gobierno Vasco y sus entidades participadas.

La formulación incluyó tanto diagnóstico como elaboración de la estrategia con metodologías participativas en todo el proceso de trabajo combinando diferentes métodos o instrumentos de participación, pero tomando como elemento central la metodología de “Café Mundial”, lo que permitió alcanzar el objetivo de la máxima participación social posible (Gobierno Vasco).

Uno de los casos documentados es el de “Aplicación de la dinámica grupal Café Mundial, a la actualización de un programa de estudios del área de TI”, realizado en Chiapas (México), orientada a conocer las carencias en cuanto a la formación integral de los egresados en licenciaturas del área y las estrategias a implementar de manera vinculada a Centros Académicos para subsanar dichas carencias.

Entre los resultados comentados, se puntualiza: “La dinámica de trabajo usada, generó un ambiente agradable y promotor del trabajo colaborativo. Sin embargo es necesario apuntar que los facilitadores deben monitorear continuamente el proceso, sobre todo al principio, porque se tiende a caer en los viejos vicios de comunicación grupal (se interrumpe al que habla y se excede en el tiempo de uso de la voz)” (Esquivel Gámez, Ismael, 2014).

Por su parte, el trabajo “La innovación educativa en Puebla: la voces de los actores”, documenta la utilización de la metodología en el ámbito educativo mexicano, centrado en cuatro grandes temáticas: Nuevas formas de conocer, aprender, enseñar y evaluar; Educadores en la era digital; Usos sociales de las TIC y cultura digital; y Recursos y Plataformas.

En la experiencia documentada en Puebla, se manifiesta la manera en que sucesivas rondas de “Café mundial” van construyendo un diagnóstico participativo con diversos actores de la comunidad educativa con respecto al uso de las nuevas tecnologías de la comunicación. Entre sus conclusiones destaca: “Si bien existen diversos enfoques, las políticas educativas en México son usualmente diseñadas e impartidas desde “arriba hacia abajo” (o desde la administración central hacia los estados). Ello implica que una iniciativa de tipo federal se implemente a partir de políticas a nivel estatal y/o local. La utilización del método Café Mundial, busca brindar una oportunidad para invertir dicha lógica o al menos balancearla. A partir de un enfoque “de abajo hacia arriba” (o desde las comunidades a la administración), es posible compartir nuevas visiones y propuestas orientadas a la mejora educativa en sus diferentes niveles (Moravec, John W., 2016: 39).

Aplicación

Nuestro trabajo partió de algunos objetivos, identificados desde la demanda, los que se tradujeron en preguntas.

¿Cuáles son las necesidades y los problemas que afrontan los Colegios Profesionales agrupados en FEPUC en sus estrategias comunicacionales?

¿Cuáles son los más urgentes y que deberíamos resolver prioritariamente?

¿Cuáles son los centros de interés que motivan y movilizan a nuestra gente?

¿Cuáles son los obstáculos y las dificultades que se pueden encontrar para resolver esos problemas?

¿Qué acciones se pueden poner en marcha para superar inconvenientes y fortalecer las estrategias comunicacionales?

En tres encuentros sucesivos se trabajó con exposiciones sobre las temáticas, se favoreció el conocimiento y reconocimiento del grupo, etc. Al cuarto encuentro se desarrolló la técnica Café Mundial, propiamente dicha y el quinto encuentro sirvió para aplicar las principales definiciones al análisis de la propuesta transversal. Tal como estaba pensado, en cada paso, la participación activa de las personas participantes debía ir en aumento.

La técnica consiste en tres o más rondas de 20 minutos de conversación por pequeños grupos, al final, cada miembro del grupo se mueve a una nueva mesa, quedando el anfitrión de la mesa para la siguiente ronda, que celebra el próximo grupo y brevemente socializa lo debatido en la ronda anterior. Por esto se consideran los ámbitos de trabajo, el clima que en ellos se genere, un elemento fundamental del buen desempeño de las redes de conversación (Brown & Isaacs, 2005: 78).

Café Mundial como estrategia conversacional, puede ser modificada para adaptarse a una amplia variedad de necesidades. Las características del contexto, el número de participantes, el propósito de las conversaciones, la ubicación y otras circunstancias se convierten en factores determinantes en la planeación del diseño de cada evento. A continuación se detallan cinco componentes que comprenden el modelo básico de todo Café Mundial (Moravec: 49) y se comenta la manera en que fue implementada en el taller desarrollado:

Objetivos

Proporciona inteligencia colectiva donde cada persona del grupo asume una doble responsabilidad: la de su aprendizaje y la del aprendizaje de los demás participantes (Tiano, 2010: 2). Es ideal para hacer visible el conocimiento tácito, descubrir significados compartidos y establecer consensos entre mínimo 12 personas.

En el caso analizado, se trabajó con cinco grupos compuesto de seis personas cada uno (en total participaron 30 personas). El objetivo planteado fue reflexionar sobre un conjunto de cinco ejes de trabajo presentado en forma de preguntas:

¿Cómo mejoramos el trabajo en equipo entre decisores y comunicadores?

¿Cómo fortalecemos la red Fepuc de comunicadores?

¿Cómo pasamos de estrategias de difusión a estrategias de conversación?

¿Cómo oponemos/articulamos nuestras agendas con las agendas mediáticas?

¿Cuáles son los aspectos más fuertes y más débiles de la comunicación de nuestras organizaciones?

Entregables

Dentro de los entregables que están comprendidos después de haber realizado un análisis detallado de la ejecución de la técnica, se encuentran las Hojas de trabajo. En nuestro caso se facilitaron hojas con las preguntas preimpresas, las que fueron completadas durante la sesión con frases y esquemas producto de la definición de los mismos participantes, vale decir, no se propusieron reglas en ese aspecto.

Recursos

Los recursos necesarios para elaborar los mapas conceptuales, como: Papel, Lápices, Mesas, Sillas, Marcadores, Café (o mate en nuestro caso).

Etapas de desarrollo

El uso de esta técnica se aplica en etapas tempranas del desarrollo cuando apenas se tiene idea de aquello que se requiere para comprender situaciones específicas

Equipo de trabajo y roles

El grupo de personas que hacen parte de las diferentes etapas del desarrollo de la técnica, está conformado por un coordinador (quien guía el desarrollo completo de la técnica), y Usuarios (personas potenciales en el conocimiento del dominio quienes realizarán los conversatorios).

Resultados de Café Mundial aplicado al seminario taller

Los resultados implican el análisis de los entregables. A continuación transcribimos los aspectos documentados, respetando el formato inicial de su elaboración y presentación, con apenas correcciones de redacción.

Mesa 1: ¿Cómo mejoramos el trabajo en equipo entre decisores y comunicadores?

Los participantes señalaron la necesidad de fomentar y fortalecer los espacios de encuentro entre estas dos áreas de trabajo en cada una de las organizaciones, explicitando tanto la necesidad de coordinar acciones como de alinear objetivos organizacionales e institucionales. Esta línea de reflexión se extiende a todas las áreas y mecanismos de participación de las organizaciones, pues se entiende que la actividad comunicacional requiere un conocimiento e interacción con el conjunto de los espacios organizativos para poder desarrollarse de manera adecuada.

Otra de las líneas de reflexión señala la necesidad de que los comunicadores participen de las reuniones de Comisión Directiva / Consejos Directivos y que sean considerados miembros “valiosos” de los equipos de gestión. La idea es que se generen lazos de trabajo más fluidos a los fines de que no ocurra un quiebre entre “lo que se espera de los

comunicadores” y la “capacidad real” que tienen de hacer los comunicadores con las herramientas a veces escasas con las que cuentan.

Es fundamental que desde el espacio de decisiones se especifiquen y ordenen necesidades comunicacionales de cada área, a los fines de enfocar los esfuerzos.

Los conceptos de “conversaciones” y “trabajo en red” fueron muy desarrollados en este punto. Entre las propuestas se definió la de fomentar espacios internos en cada colegio para conversar, nivelar información, fijar objetivos, compartir visiones, etc. Por

otra parte se propuso que los mismos decisores impulsaran el trabajo en red de los comunicadores de diferentes colegios, lo que permitiría ampliar las capacidades de cada colegio como unidad. En este mismo sentido se visualizó la necesidad de formación y capacitación en temas comunicacionales, compartida entre decisores y técnicos, porque permite compartir miradas sobre la importancia de estos aspectos.

En igual sentido, se resaltó la necesidad de lograr que los espacios/áreas, etc. de comunicación se institucionalicen y adquieran el carácter de “estratégico”, para que las organizaciones puedan respaldarse en ellos para sus objetivos.

Entre las propuestas surgidas de este grupo están:

- Llevar el seminario de “Comunicación prospectiva estratégica para organizaciones” a los propios colegios, al igual que otras posibles capacitaciones en la temática.
- Desarrollar y poner en marcha una red de comunicadores de FEPUC con continuidad para abordar temas comunes (contactos de prensa, compartir información, apoyar en difusión y campañas, etc.)

Mesa 2 ¿Cómo fortalecemos la red Fepuc de comunicadores?

- Proveer un espacio fijo de reunión de comunicadores
- Mantener jornadas de capacitación y de actualización profesional
- Compartir experiencias a través de redes sociales. Generar un espacio para compartir cada proyecto comunicacional
- Definir una temática transversal, para trabajar en el año en forma conjunta
- Crear una metodología de trabajo

- Rotar la sede de las reuniones entre los diferentes colegios
- Hacer un diagnóstico/relevamiento inicial
- Capacitar a las comisiones directivas (estrategias de comunicación).
- Integrar a la comisión de comunicadores en las juntas de gobierno
- No variar o cambiar los comunicadores más allá de los cambios de gestión
- Buscar ejes comunes de FEPUC (dentro de todos los colegios). Una agenda de trabajo común
- Buscar vías de comunicación para llegar al público general
- Clínica de comunicadores
- Crear una red de comunicadores de FEPUC

Mesa 3 ¿Cómo pasamos de estrategias de difusión a estrategias de conversación?

- Generar canales
- Desarrollar feedback con las audiencias
- Conocer al público al que comunicamos
- Tenemos el desafío de aprovechar mejor las redes sociales
- Generar encuentros de autoridades y comunicadores. Es fundamental que se escuche a los comunicadores
- Se requiere abrir espacios de participación en cada colegio
- Una de las líneas a trabajar es lograr que los decisores pierdan el miedo a exponerse. (Asumir riesgos por parte de los directivos)
- Hay un desconocimiento de las posibilidades de la comunicación en general y de las redes sociales en particular
- Es necesario desarrollar una apertura en la manera de comunicar y de ejercer los vínculos con los matriculados, la comunidad y los espacios organizativos internos

- Desarrollar equipos de trabajo con un plan de comunicación, donde todos tengan en claro su rol
- Generar foros de trabajo con el formato “hablemos de...” puede ser una estrategia posible.
- Escuchar al matriculado y a los empleados administrativos y trabajar con informes de los mismos
- Trabajar en la creación de vínculos al interior de las organizaciones
- Trabajar sobre la falta de interés de los profesionales en sumarse a los colectivos

Mesa 4 ¿Cómo oponemos/articulamos nuestras agendas con las agendas mediáticas?

- Los colegios no tenemos desarrolladas agendas mediáticas y en muchos casos tampoco está planteada como objetivo
- Los comunicadores –paradójicamente- en muchos casos no participan en la definición de la agenda mediática de los colegios
- Se visualiza en general una fuerte demanda en llegar a los medios de comunicación y tener una estrategia activa en la agenda mediática. Sin embargo no se realizan acciones suficientes
- Hubo casos donde prevaleció una fuerte presencia de la visión profesional en la agenda de los medios de comunicación (ejemplo: tarifa social, suplemento de salud, baja de contratos, honorarios profesionales, etc.). En general la respuesta es escasa. No hay relación institucional con la prensa, sino que se recurre a conocidos en los medios
- Es importante que los colegios profesionales se planteen como actores políticos, no solo en el ámbito profesional, a los fines de que la información que esto genera no quede encapsulada en temáticas específicas
- Es importante instalar temas a partir de hechos concretos
- Se reconoce como importante el trabajo de informaciones que permitan construir agenda propia, como el índice de la canasta de alimentación saludable desarrollado por los Colegios de Nutricionistas y Ciencias Económicas.

Mesa 5 ¿Cuáles son los aspectos más fuertes y más débiles de la comunicación de nuestras organizaciones?

- Fallas en los canales y procesos de comunicación. Hay estructuras verticales cuando en realidad la comunicación implica procesos más abiertos y de comprensión común de las estrategias
- Vemos una falta de definición de los roles en las comisiones internas donde las áreas profesionales no se articulan convenientemente con los responsables institucionales
- Falta un verdadero feedback y una retroalimentación adecuada con los matriculados
- Muchas veces es problemático el manejo de la información para la toma de decisiones
- A partir de esta capacitación se dimensionaron problemáticas en la comunicación interna y externa. En general se visualiza que se confunden roles institucionales y profesionales y “todos hablan de todo”
- Los comunicadores creen que la tarea en red de FEPUC mejoraría la comunicación a partir de fortalecer las estrategias en relación con los públicos, compartir recursos y mejorar la gestión integral de la comunicación
- Otro de los puntos que se identifican es la dificultad para transmitir informaciones de los comisiones directivas a los colegiados

- Los cambios en los perfiles de los nuevos matriculados generan dificultades en la comunicación pero también generan nuevas oportunidades
- Otro aspecto señalado es la dificultad financiera que suelen tener los colegios para encarar estrategias de comunicación
- Muchas veces se centra solo en los matriculados dejando de lado la importancia de que los colegios se vinculen a la sociedad
- Se reconoce que varios colegios no tienen un plan comunicacional estratégico que acompañe a las gestiones, a sus proyectos y desde los perfiles de los matriculados
- Por la información que muchos de los colegios manejan, sería posible el acceso y la difusión a través de redes sociales masivas, pero sin un plan esta estrategia termina siendo una cáscara vacía
- Frecuentemente no se potencia el trabajo en las redes sociales porque se teme los cuestionamientos de los matriculados. Algunos colegios tienen estrategias de community manager, pero la mayoría solo lo usa como plataforma para reproducir sus noticias institucionales, perdiendo la posibilidad de consolidar sus comunidades
- Muchas veces se desarrollan comunicaciones que tienen poca relación con el objetivo político-social de la institución (no es clara ni la visión ni la misión)
- Se rescata en papel de FEPUC y de la labor de prensa de FEPUC para con las juntas de gobierno
- Otro tema planteado es que no se alcanzan a comunicar los servicios y beneficios que ofrecen los colegios
- La estrategia propuesta por la metodología del café mundial puede ser llevada a cada uno de los colegios para fortalecer los proyectos comunes tanto en la actividad comunicacional como en otras temáticas

Finalmente, y como parte de la última ronda, se pidió a los participantes señalar los aspectos positivos y los negativos del taller:

Aspectos positivos del Seminario

Generación de vínculos

Socializar problemáticas

Modalidad del taller

Nos permitió ver cómo estamos en el tema de comunicación en cada organización

En la segunda clase se trabajó sobre los vínculos con la prensa mientras que en la primera se había manifestado que varios colegios no tenían este vínculo

Nos permitió crear vínculo entre los comunicadores y La técnica de Café Mundial

Aspectos negativos del Seminario

No se logró convocar a la representación de todos los colegios

El espacio físico y la acústica

Faltó participación de las autoridades

Sobre la base de este seminario deberíamos generar otros complementarios

Práctica insuficiente

Conclusiones

La actividad se proponía dos desafíos: a) realizar un diagnóstico y esbozo de estrategias comunicacionales para los Colegios Profesionales de la Provincia de Córdoba y b) hacerlo bajo una modalidad de Investigación Acción Participativa, utilizando la técnica de Café Mundial.

En primer lugar, en virtud de los resultados del trabajo grupal, se logró arribar a una serie de enunciados que posibilitan identificar algunas líneas diagnósticas significativas por su incidencia y generalidad (afecta a varios colegios): falta de articulación entre los espacios profesionales y espacios institucionales; carencia en la planificación de la comunicación; sub aprovechamiento de recursos y capacidades; etc. Por otra parte, la dinámica permitió establecer horizontes de trabajo (estrategias): conformar una red de comunicadores FEPUC; fortalecer los espacios de profesionalización de esta actividad dentro de los Colegios profesionales; mejorar los niveles de planificación; involucrar a los decisores en los aspectos comunicacionales; profundizar al interior de cada colegio los espacios de reflexión y capacitación; tomar algunas iniciativas innovadoras de fortalecimiento del trabajo en red de la propia FEPUC (ejemplos: campaña de colegiación y/o especializaciones universitarias para articular el trabajo con los profesionales; generar espacios como “la Defensoría de los Usuarios de Servicios Profesionales” y/o conformar ámbitos Arbitrales Civiles de Resolución de Conflictos vinculados a los Servicios Profesionales para fortalecer la articulación con la comunidad en general; generar noticias de casos con perspectiva de storytelling y narrativas transmedias; generar índices e indicadores a partir de actividad de observatorio para fortalecer la incidencia en los medios de comunicación y el contacto regular con periodistas, etc.).

En segundo lugar, analizando la metodología de trabajo, nos encontramos con que la flexibilidad de la técnica posibilita tanto niveles de reflexión inicial, como instancias de profundización conceptual, de acuerdo a la profundidad de las preguntas que se realicen. En lo particular, permitió reforzar los aspectos relacionales, lo que fue manifestado en el momento de la evaluación colectiva, y posibilitó que los participantes se “apropiaran” de los diagnósticos y propuestas de trabajo.

Bibliografía

Alario, R & Gavilán, P. (2010). Aprendizaje Cooperativo. Una metodología con Futuro. Principios y Aplicaciones. Editorial CCS. Madrid. España

Alguacil Gómez, (2012) “Julio Los desafíos del nuevo poder local: la participación como estrategia relacional en el gobierno local”, Polis [En línea] Publicado el 17 agosto 2012, consultado el 22 agosto 2017. URL : <http://polis.revues.org/5614>

Ander-Egg, Ezequiel (2003) Repensando la Investigación-Acción Participativa. Grupo editorial Lumen Hvmanitas.

Baena Paz, Guillermina (2015) “Planeación Prospectiva Estratégica Teorías, Metodologías y Buenas Prácticas en América Latina”. Universidad Nacional Autónoma de México.

Brown, J. y Isaacs, D. (2005). “The world café: Shaping our futures through conversations that matter”. San Francisco, CA: Berrett-Koehler

Cox Aranibar, Ricardo (1996) “El saber local, metodologías y técnicas participativas” La Paz. NOGUB-COSUDE / CAF

Esquivel Gámez, Ismael; Salas Parada, Beatriz Eugenia; Muñoz Segovia, Virginia del Carmen (2014) “Aplicación de la dinámica grupal Café Mundial, a la actualización de un programa de estudios del área de TI”.

Freire, Paulo (2004) “La importancia de leer y el proceso de liberación” Siglo XXI Editores. DF. México

Freire, Paulo (2008) "Pedagogía de la Autonomía: saberes necesarios para la práctica educativa". Siglo XXI Editores. Buenos Aires

Gobierno Vasco (2016) Estrategia Vasca de Empleo 2020 Memoria de la participación. [En línea] Publicado en 2016. Consultado el 22 agosto 2017

http://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/eve2020/es_def/adjuntos/EVE%202020-%20Memoria%20de%20participacion%202016%2006%2021%20.pdf

Mabel Manzanal (2008) "Territorios en construcción. Actores, tramas y gobiernos: entre la cooperación y el conflicto". Ediciones Ciccus. Buenos Aires

Moravec, John W. (2016) "La innovación educativa en Puebla: la voces de los actores". [En línea] Fundación Ceibal y Fundación Futures. Montevideo. Uruguay. Publicado en 2016. Consultado el 22 agosto 2017

https://drive.google.com/file/d/0B_IkkhBj2UJ8UVRFTzV0VGdhVku/view

Ramírez Leal, Jenny Carolina; Giraldo Orozco, William Joseph; Anaya Hernández, Raquel (2014) "Aproximación metodológica para la formalización de técnicas en Ingeniería de Requisitos"

Tiano, C. (2010). "The World Café. Una técnica que potencia el Aprendizaje cooperativo en el Barrio San Lorenzo de Castellón de la Plana, España". Universidad Jaume I.

Planificación del trabajo del Café Mundial

1. Determinar el propósito del encuentro
 - 1.1 Establecer que se va analizar en el conversatorio
 - 1.2 Formular preguntas
2. Seleccionar usuarios que participaran en la técnica
 - 2.1 Caracterizar usuarios
 - 2.2 Determinar muestra
 - 2.3 Seleccionar usuarios
3. Determinar lugar de encuentro
 - 3.1 Fijar fecha y hora del conversatorio
 - 3.2 Seleccionar lugar de encuentro
 - 3.3 Adecuar escenario
 - 3.4 Comunicar fecha, hora y lugar de en encuentro con el usuario
4. Definir reglas
 - 4.1 Determinar tiempo máximo para cada ronda
 - 4.2 Establecer otras reglas que se consideren necesario
5. Programar con los expertos el encuentro
 - 5.1 Confirmar fecha, hora y lugar de encuentro
 - 5.2 Reprogramar encuentro en caso de problemas

Ejecución

6. Explicar a los expertos la dinámica de la técnica
 - 6.1 Explicar a los expertos la dinámica del encuentro
 - 6.2 Explicar reglas
7. Desarrollar técnica
 - 7.1 Dar la bienvenida a los participantes
 - 7.2 Dividir en subgrupos de trabajo por mesa
 - 7.3 Seleccionar anfitrión por mesa

- 7.4 Dar pregunta de primera sesión
- 7.5 Generar 20 minutos de conversatorio por mesa
- 7.6 Rotar personas de cada mesa y solo dejar el anfitrión
- 7.7 Generar en nueva ronda para socializar sesión anterior
- 7.8 Socializar resultados de rondas
- 8. Socializar respuestas
- 8.1 Aclarar respuestas y preguntas Análisis de resultados
- 9. Análisis y conclusiones de la información recopilada
- 9.1 Análisis y conclusiones de la información recopilada
- 9.2 Organizar y priorizar la información recolectada
- 9.3 Realizar conclusiones