

UCES

Proyecto de Investigación

Primer Informe de Avance

Título proyecto: **Herramientas de comunicación en organizaciones sociales usos, frecuencia y planificación. Construcción de una matriz comunicacional para OSC**

Resolución de Rectorado No. RI-37-17.

Equipo de investigación:

Eugenia Etkin,

Paola Scarfi,

Francisco Lobbosco,

Victoria Meaglia

Fecha de entrega: Octubre 2017

1. Bibliografía trabajada hasta el momento

- Ander Egg, E. (1995) *Introducción a la Planificación Estratégica* (15 ed.) Buenos Aires: Edit. Lumen-Humanitas.
- Ander Egg, E. (2009) *Metodologías de acción social*. Buenos Aires: Edit. Lumen Humanitas.
- Enz A. ; Fantin R. ; Laharrague I. (2006) *Comunicar para el cambio social*. Argentina: Ediciones La Crujía.
- Etkin, E. (2012) *Comunicación para organizaciones Sociales. De la planificación a la acción*. Buenos Aires: Edit. La Crujía
- Revilla Blanco, M. (2002) *Las ONG y la política*. Madrid: Edit. Istmo.
- Vargas, T. Zapata, N. (2010)- *Enredando Prácticas. Comunicación desde las organizaciones sociales*. Buenos Aires. Edit. San Pablo

- Uranga, W. ; H. Thomson (2016) *La incidencia como camino para la construcción de ciudadanía*. Buenos Aires: Edit. Patria Grande

2. Descripción acerca del análisis de las fuentes de datos consultadas

Las fuentes consultadas hasta el momento son de dos tipos: las primarias y secundarias. **Las primarias** referidas especialmente a la bibliografía consultada. : Recurrimos también a documentos oficiales de instituciones públicas, de investigación. También recabamos **fuentes secundarias** cuyo contenido se refirió a documentos primarios originales y entrevistas a especialistas (A. Amado Suárez, Sergio De Piero, Corina Verminetti, Carmen Bercovich, entre otros) quienes fueron de gran aporte para la construcción y delimitación del objeto de estudios .

- Consulta a Adriana Amado Suárez. Dra en Ciencias Sociales para consultar sobre perspectiva del trabajo realizado.
- Dr. Sergio de Piero: especialista en organizaciones de la sociedad civil. Hemos retomado un trabajo sobre OSC y marcos de acción. Entrevista personal.
- Corina Verminetti; Magíster en Comunicación, entrevista personal para ponderar el estudio de caso
- Carmen Bercovich: directora del Registro Único de ONG de Córdoba. Colabora en entregar las encuestas a las ONG en provincia de Córdoba.

3. Mención de la bibliografía que aún no ha sido consultada pero que se incorporará al trabajo oportunamente.

- Amado Suárez, A. Castro Zuñeda C. (1999) *Comunicaciones Públicas. El modelo de la comunicación integrada*. Buenos Aires. Edit. Temas Grupo Editorial.
- Amado Suárez, A. (ed). (2008). *Auditoría de Comunicación*. Buenos Aires. Edit. La Crujía Ediciones / Editorial DIRCOM.
- Brandolin, A. Gonzalez Frigoli, M. (2009) *Comunicación Interna*. Buenos Aires. Edit. La Crujía.

- Uranga, W. (2016) *Conocer, transformar, comunicar*. Buenos Aires: Edit. Patria Grande

4. Descripción de las decisiones metodológicas tomadas hasta el momento: elaboración de instrumentos de recolección de datos, justificación del recorte de las categorías conceptuales, determinación de muestras, elaboración de un plan de análisis preliminar que permita perfilar el tratamiento posterior de los datos definitivos.

Instrumento de recolección de datos: se efectúa a través de una encuesta con opciones cerradas y otras abiertas. El cuestionario contiene 15 preguntas , diferenciadas según las siguientes dimensiones :

- 1) Área de comunicación
- 2) plan de comunicación
- 3) Comunicación de la organización
- 4) Comunicación d e la causa
- 5) Comunicación interna
- 6) Comunicación financiera
- 7) Comunicación con los gobiernos
- 8) Comunicación electrónica
- 9) Comunicación de crisis
- 10) Campañas de bien público
- 11) Comunicaciones que promueva Capital Social
- 12) Comunicación con las empresas
- 13) Acciones de prensa
- 14) Mapa de públicos
- 15) Promueve sanción de ley

Muestra:

Utilización de una muestra preseleccionada de modo discrecional no representativa, de carácter aleatorio, sin pretensiones de generalizaciones.

Se han elegido hasta el momento trabajar con 60 OSC

Plan de análisis:

Hasta el momento se han tabulado las respuestas al cuestionario. Posteriormente se hará un análisis cualitativo de las respuestas obtenidas.

5. Descripción de las tareas de campo

Las tareas de campo presentadas hasta el momento, han sido efectuadas alumnos en el marco de la realización de su trabajo final de grado que se lleva adelante en la cursada de la materia coordinada por Eugenia Etkin, Comunicaciones Comunitarias y de Bien Público, de la carrera de Comunicación Social de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales.

La información recolectada a lo largo de 9 años responde a una serie de preguntas articuladas y alineadas bajo la metodología de diagnóstico propuesta por Etkin (Etkin, 2012: 112).

Anexamos la plantilla de la encuesta que da cuenta de cada una de las preguntas que contiene el estudio.

La indagación se realiza directamente a integrantes de las organizaciones sociales. Las respuestas obtenidas son plasmadas en un formulario creado en Google Forms. La misma plataforma vuelve los resultados en una planilla de cálculo. La misma permite la presentación gráfica de los datos para su análisis posterior.

Implementando esta misma metodología e indagaciones se estiman sumar más casos de estudio en las etapas venideras de la investigación.

6. Descripción de resultados parciales que den cuenta de alguno de los logros propuestos en el Proyecto original

Área de Comunicación y Plan de Comunicación

La información expuesta en este informe es el resultado parcial del análisis realizado en 55 organizaciones de la sociedad civil. Este primer relevamiento de información ha sido efectuado por alumnos de la cátedra a lo largo de los últimos 9 años. Se puede entender este relevamiento como trabajo de campo en el cual se ha implementado la metodología de diagnóstico propuesta por Etkin (Etkin, 2012: 112). El mismo ha sido supervisado y coordinado por los docentes de la cátedra Comunicación de las Organizaciones y Bien Público.

Los elementos de la población que definen el marco muestral está compuesto por organizaciones de la sociedad civil con actividad o sede administrativa en Buenos Aires. No ha sido razón de exclusión para integrar la muestra que las OSC estuviesen registradas en CENOC o que tuviesen un bajo grado de estructura y formalización.

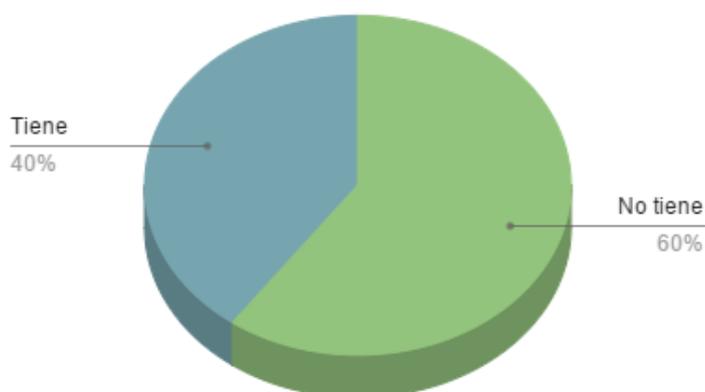
El conjunto de casos analizados da cuenta de tendencias existente respecto a la gestión de comunicación, el uso de herramientas de comunicación e inclusive a la integración de la comunicación institucional en las organizaciones sociales.

En el marco de la investigación en curso la recolección de datos continúa por lo cual los datos aquí presentados no son definitivos sino parciales.

Área y Plan de Comunicación

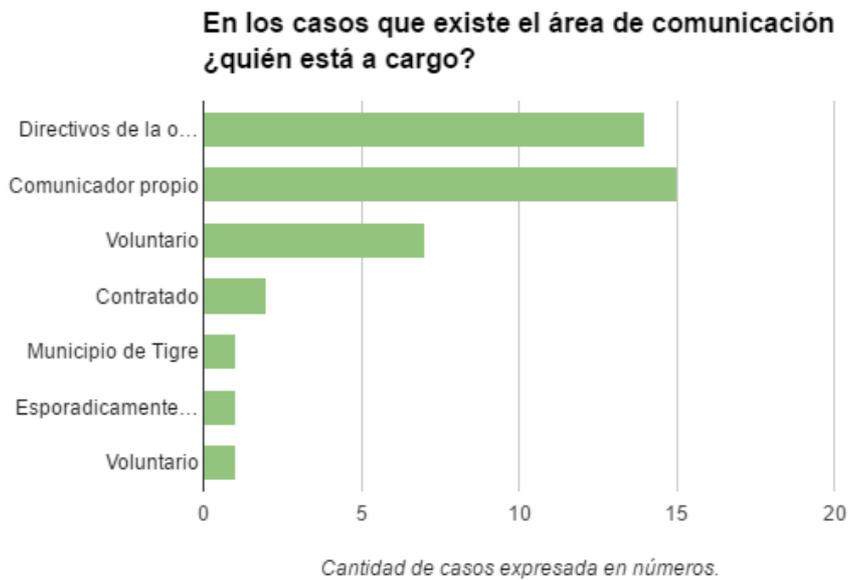
El concepto de área de comunicación, remite a aquellas instancias formalizadas o no, que la organización considera que cumple la función de promover la difusión de sus actividades. El área puede ser ocupada por un solo miembro o más, lo que se pretende poner de manifiesto en la investigación es si se cuenta o no con una persona encargada de gestionar las comunicaciones.

Organizaciones con Área de Comunicación



De los datos relevados hasta el momento el 40% de las organizaciones cuenta con una área o persona que se ocupa de gestionar la comunicación. El 60% de las organizaciones de la sociedad civil analizadas no cuentan con un área de comunicación.

También es relevante conocer quién o quienes dirigen las áreas de comunicación. En las organizaciones sociales que cuentan con un área de comunicación se puede observar que dichas áreas están a cargo de distintos actores. Lideran las cifras los casos de las organizaciones que cuentan con comunicador propio. Lo cual da cuenta de la inserción de comunicadores sociales profesionalizados en el sector social. También se destaca que, sin ser mayoritario, existe un gran porcentaje de casos en los cuales la comunicación está a cargo de los directivos de la OSC.

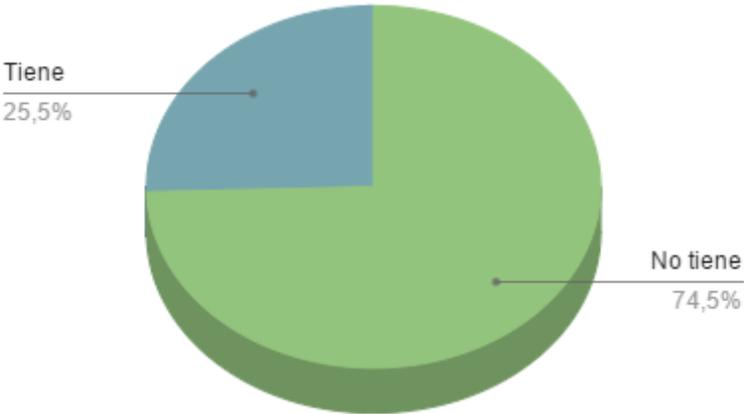


La tercer cuestión relacionada a los dos ejes anteriores es el plan de comunicación. Se entiende por planificación en acciones consistentes en organizar “un conjunto de [objetivos, estrategias y] acciones que impliquen también el uso de diferentes recursos para lograr un fin determinado” (Amado Suárez, 2008: 39). En el caso de la planificación para organizaciones sociales tienen un proyecto institucional que se sostiene internamente y externamente a partir de ciertas estrategias de comunicación planificadas o no.

La comunicación en este sentido es un recurso estratégico que, si se direcciona correctamente, supera la simple ejecución de instrumentos comunicativos. (Etkin, 2012:)

Del total de organizaciones relevadas sólo el 25% planifica la comunicación organizacional.

Plan de Comunicación



7- Mención de posibles ajustes del cronograma, en caso de ser necesarios.

En azul se consignan los agregados

Actividades	MESES											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Desarrollo del marco teórico												
Diseño de los instrumentos y técnicas de investigación												
Cuestionarios a las OSC												
Informes de avance												

8- Descripción de las actividades a ser desarrolladas en el segundo trimestre.

En la siguiente etapa de investigación el plan propuesto consta en continuar la indagación de la gestión de las comunicaciones en las organizaciones sociales mediante la investigación de las siguientes áreas de comunicación:

- Comunicación de la causa: La comunicación de la causa implica: educar o llamar la atención a la comunidad sobre la existencia de un problema al que la organización se dedica y hace sentir que el problema es de todos (...) muestra la génesis y fundamento del tema que aborda haciéndolo significativo para la sociedad. Es por ello que se considera que la principal tarea de la organización es tornarse visiblemente importante para la comunidad. Y esto puede lograrse

haciéndole saber -comunicando- que el problema al cual se aboca la organización de la sociedad civil es importante para la comunidad”. (Etkin, 2012:58)

- Comunicación de la organización : La comunicación de la organización es el conjunto de comunicaciones que dan a conocer a la sociedad la existencia de la organización y de qué manera está puede solucionar un determinado problema social. “Implica promover mediante diferentes técnicas lo que la organización hace y que la sociedad perciba que la existencia de la organización es importante.” (Etkin, 2012: 60).

Se investigará si las OSC llevan adelante estas acciones, si efectúan comunicaciones para las mismas y cuáles son las herramientas de comunicación en las que se apoyan en estos casos. Además, en esta etapa se seguirán recolectando datos correspondiente a los ejes temáticos analizados en la primer etapa, cuyos resultados parciales están presentados en este informe.

9- En aquellos casos en que el Investigador haya elaborado un paper o artículo, se deberá enviar ese material conjuntamente con los aspectos que se describen supra, los cuales darán cuenta de los fundamentos metodológicos a partir de los cuales se elaboró dicho

1. Foro internacional: Imagen y posicionamiento de las ONGs en su entorno. Se asistió al Foro Internacional de Posicionamiento para ONG en Lima, Perú. 21 y 22 de Septiembre 2017. Eugenia Etkin fue invitada para exponer en la Conferencia por Calandria y Pan para el mundo . Se mostraron algunos resultados de la presente investigación.

2. Se establecieron contactos con al Universidad Católica de Lima para poder implementar el cuestionario de investigación de manera conjunta. (Marisol Castiñeira)
3. JORNADAS DE INVESTIGACIÓN de la Facultad de Ciencias de la Comunicación UCES 17 al 20 de Octubre de 2017 – Centro, Olivos, San Isidro, Santa Fe, Resistencia. Se desarrolló un *paper* para las Jornadas de Investigación de UCES (se adjunta)
4. Se envió ponencia a ENACOM al Eje temático: Comunicación Comunitaria Autores: Etkin, Eugenia y Scarfi, Paola. No se pudo asistir al Congreso por razones particulares de las autoras.