



Universidad Nacional de Rosario

Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales

Maestría en Comunicación Estratégica

Cohorte 2016

PROYECTO FINAL INTEGRADOR

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

Proyecto de Estrategia Comunicacional para el programa

“Entramados” de la Fundación Epyca

Director: Prof. Washington Uranga

Alumno: Danilo Gabriel Mettini

ÍNDICE

I. FUNDAMENTACIÓN Y OBJETIVOS	6
Objetivo General:	6
Objetivos Específicos:	6
II. ESTADO DEL ARTE	7
Tema de la Investigación:	7
Preguntas de investigación	22
Investigaciones antecedentes	23
III. MARCO TEÓRICO.	31
La comunicación como” espacio relacionante de la diversidad sociocultural”	39
Funciones del comunicador estratégico	45
IV. CONSIDERACIONES SOBRE LAS METODOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA. TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE LA INVESTIGACIÓN ENACTIVA EN COMUNICACIÓN.	48
Investigación enactiva. El análisis de la multidimensionalidad del fenómeno comunicacional en nuestro territorio	52
1. Versión técnica comunicacional (VTC)	53
Análisis y prescripción mediante Marcas de Racionalidad Comunicacional (MCR).....	62
Aplicación de la técnica de Análisis y Prescripción de Marcas de Racionalidad en nuestro territorio.	63
Reconocimiento de Actores por Componentes del Problema	67
DIAGRAMA N° 2.....	73
DIAGRAMA N° 3.....	74
DIAGRAMA N° 4	75
V. INVESTIGACIÓN DE CAMPO. MATRIZ DE DATOS	90
- La observación participante:	90
- La Versión Técnica Comunicacional	93
- El análisis y prescripción mediante las Marcas de Racionalidad Comunicacional (MCR):.....	95
- Reconocimiento de las Matrices Socioculturales (MS)	96
- El Reconocimiento y la Jerarquización de Actores (Massoni, 2013).....	96
- Entrevistas:	97
-Indagación de fuentes documentales:	99
- Árbol de Soluciones (Massoni, 2013):	100
VI. CONCLUSIONES	102
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	109
ANEXO	111

INDICE DE TABLAS

1. Versión técnica comunicacional (VTC). 1A: Frase núcleo del problema.....	53
2. Versión técnica comunicacional 1B. Componentes del problema.....	54
3. Fase 1C: Niveles del Problema. Componente de la VTC: Político / Institucional	56
4. Fase 1C: Niveles del Problema. Componente de la VTC: Comunicacional	57
5. Fase 1C: Niveles del Problema. Componente de la VTC: Socio-Cultural.....	58
6. Fase 1C: Niveles del Problema. Componente de la VTC: Técnico.....	59
7. Versión técnica comunicacional (VTC) 1.D. Sintética.....	60
8. Aplicación técnica Marcas de Racionalidad.....	64
9. Versión técnica comunicacional (VTC). 3 A. Reconocimiento de actores por Componente del problema. Componente: Político/Institucional.....	67
10. Versión técnica comunicacional (VTC). 3 A. Reconocimiento de actores por Componente del problema. Componente: Comunicacional.....	69
11. Versión técnica comunicacional (VTC). 3 A. Reconocimiento de actores por Componente del problema. Componente: Socio-Cultural.....	70
12. Versión técnica comunicacional (VTC). 3 A. Reconocimiento de actores por Componente del problema. Componente: Técnico.....	71
13. Diagrama de Actores por componente. Componente: Político-Institucional.....	72
14. Diagrama de Actores por componente. Componente: Comunicacional.....	73
15. Diagrama de Actores por componente. Componente: Socio-Cultural.....	74
16. Diagrama de Actores por componente. Componente: Técnico.....	75
17. Tabla 4 a. Reconocimiento de Matrices Socioculturales.....	76
18. Tabla 4b. Caracterización de Matrices Socioculturales Matriz sociocultural Los que gestionan.....	77
19. Tabla 4b. Caracterización de Matrices Socioculturales Matriz sociocultural: Los que	

se entraman.....	78
20. Tabla 4b. Caracterización de Matrices Socioculturales Matriz sociocultural: Los que dirigen.....	79
21. Tabla 4b. Caracterización de Matrices Socioculturales Matriz sociocultural: Los que se benefician.....	80
22. Tabla 4c. Emociones por componente / aspecto de la vtc. Comunicacional.....	81
23. Tabla 4c. Emociones por componente / aspecto de la vtc. Político Institucional.....	82
24. Tabla 4c. Emociones por componente / aspecto de la vtc. Técnico.....	83
25. Tabla 4c. Emociones por componente / aspecto de la vtc. Componente Sociocultural.....	84
26. Tabla nº 5 Árbol de soluciones de la estrategia comunicacional. Componente Político Institucional.....	85
27. Tabla nº 5 Árbol de soluciones de la estrategia comunicacional. Componente Comunicacional.....	86
28. Tabla nº 5 Árbol de soluciones de la estrategia comunicacional. Componente Socio-Cultural.....	87
29. Tabla nº 5 Árbol de soluciones de la estrategia comunicacional. Componente Técnico.....	88
30. Tabla nº 7 b. Definición de ejes y tonos por matriz sociocultural.....	89
31. Tabla nº 8. Matriz de datos de la investigación enactiva en comunicación.....	101

Proyecto de Estrategia Comunicacional para el programa

“Entramados” de la Fundación Epyca

Presentación del Problema comunicacional.

Transformaciones de las modalidades de vinculación intersubjetiva en los procesos de construcción de entramados sociales de la Fundación Epyca.

I. FUNDAMENTACIÓN Y OBJETIVOS

Nos proponemos abordar el análisis de una estrategia comunicacional para el programa “Entramados” de la Fundación Epyca a partir del análisis de las modalidades de vinculación intersubjetiva entre sus actores.

El territorio de la investigación es la Fundación Epyca: Equipo de producción y construcción alternativa que desarrolla procesos tendientes a entamar prácticas socio productivas en América Latina desde una perspectiva estratégica de transformación- emancipación-liberación.

El programa “Entramados” comprende el ensamble de prácticas (no siempre estables) que configuran un determinado campo de fuerza social.

Nuestra investigación pretende comprender y abordar la multidimensionalidad de los citados procesos y desde allí propiciar el encuentro sociocultural mediante una estrategia de comunicación.

Nos proponemos repensar lo comunicativo existente desde los supuestos de la comunicación estratégica para desplegarlo en torno a lo comunicacional

Objetivo General:

- Diseñar una estrategia Comunicacional para el programa “Entramados” de la Fundación Epyca.

Objetivos Específicos:

- Caracterizar los actores por componentes del problema comunicacional en los entramados sociales de Epyca.
- Determinar las modalidades de vinculación intersubjetiva entre sus actores.
- Analizar el sistema de marcas reconocidas para determinar la conceptualización de la situación comunicacional en el territorio.
- Distinguir las dinámicas de los circuitos comunicacionales en el territorio.
- Diseñar el plan operativo inicial de la estrategia comunicacional

II. ESTADO DEL ARTE

Tema de la Investigación:

Abordaje de una estrategia comunicacional para el programa “Entramados” de la Fundación EPyCA a partir del análisis de las modalidades de vinculación intersubjetiva entre sus actores.

La Fundación EPyCA es una organización social que desarrolla procesos tendientes a entramar prácticas socio productivas desde una perspectiva estratégica de transformación-emancipación-liberación.

Su misión es la creación de estrategias socio-tecnológicas que se conviertan en alternativas generadoras de prácticas innovadoras que permitan la potenciación y/o transformación de la vida, así como de espacios de acción cultural, política, social y artística.

Sin embargo, estos procesos se vieron afectados históricamente por la falta de una profunda mirada sobre las diversidades presentes en la situación que se desea transformar.

Las acciones comunicativas desarrolladas hasta el momento no convocan a los actores relevantes en torno a las problemáticas que pretende atender la institución.

En ese mismo sentido no se manifiesta ninguna acción transformadora en búsqueda del cambio sociocultural.

El programa “Entramados” comprende el ensamble de prácticas (no siempre estables) que configuran un determinado campo de fuerza social. Comprende los entramados de prácticas, los entramados territoriales, los entramados institucionales y los entramados productivos.

Para la Fundación EPyCA los entramados son un conjunto de prácticas geográficamente cercanas que desarrollan una estrategia común tendiente a promocionar vida con calidad en su territorio de influencia. Los entramados surgen de articulaciones previas denominadas anclajes.

Un anclaje es una unidad organizativa territorializada conformada por organizaciones o personas que desarrollan un proceso de formación mediante sistematización presencial o virtual de la práctica de cada uno.

Sistematizar una práctica consiste en un ejercicio de reflexión crítica para mejorar lo que se hace sean cuales fueran los objetivos, los destinatarios o las instituciones. Para que la sistematización cumpla con el objetivo de mejorar las prácticas se realiza en simultáneo con el desarrollo de la práctica.

Uno de los programas desarrollados por EPyCA es RePraSis (Red de Prácticas Sistematizadas) que se lleva adelante mediante una plataforma virtual (www.reprasis.org) metodológicamente diseñada para sistematizar prácticas, que se desarrollan tanto individual, como colectivamente, utilizando la Metodología de Sistematización de la Práctica (MSP).

Está destinada a personas, grupos, organizaciones e instituciones, en la que confluyen prácticas de gestión social, educativas, productivas, políticas, culturales, religiosas, etc.

Su finalidad es el desarrollo de una red de prácticas sistematizadas en Argentina, América Latina y España.

El método de sistematización propuesto por RePraSis cuenta de siete pasos: reconstrucción de la práctica, análisis de la práctica, interpretación, conceptualización, generalización, conclusiones y decisión de propuestas.

La sistematización es un diálogo que se entable entre el sistematizador de la práctica y su tutor y se realiza a través de la plataforma virtual mencionada.

Entre los entramados productivos anteriormente mencionados se pueden destacar los EProL (Entramados Productivos Latinoamericanos).

Para el Programa Entramados productivos Latinoamericanos (EProL), Fundación EPyCA se propone la planificación articulada de necesidades, reservas, recursos y producciones populares, en función de la correcta organización de los mismos.

EProL se plantea desarrollar unidades productivas en forma entramada, mediante una unidad estratégica (plataforma productiva) móvil, en diferentes anclajes del país, donde EPyCA desarrolla el ensamblaje entre dos escalas (micro-social / macro-social), en procesos de producción, almacenamiento, agregado de valor, circulación, comercialización y consumo.

Se pretende impactar en el fortalecimiento de proyectos productivos familiares, comunitarios e intercomunitarios (entramado productivo), enmarcados en procesos de desarrollo local y entramados nacionales. Se parte de la convicción de que prácticas de empoderamiento popular constituyen el medio para producir avances de transformación social.

Los EProL constituyen un entramado social y no una empresa. Proponen el desarrollo de un circuito productivo semi abierto, sin fin de lucro.

Los actores involucrados se pueden agrupar en : consumidores, productores, organizaciones sociales, el Estado, la asistencia técnica, las fuerzas productivas y EPyCA como entramadora.

Los actores mencionados no son empleados, y por otra parte, EProL no es propiedad de los mismos, sino que es un programa de EPyCA, donde los actores no tienen ningún tipo de relación de dependencia. Además el Estado no paga ningún tipo de producción

Por todo lo dicho EProL es una unidad estratégica, móvil sin staff dependiente de la misma, que desarrolla la función de conector entramando dos escalas (micro social / macro Social), en tanto sistema entramador de procesos de producción, almacenamiento, agregado de valor, circulación, comercialización y consumo.

Lo que en definitiva propone la Fundación EPyCA es la planificación articulada de reservas, recursos y producciones populares, en función de la circulación organizada de los mismos, como atajos de resistencia económica frente a la falta de trabajo.

Es una propuesta socioproductiva, formativa, organizativa y distributiva a escala

local, regional y nacional.

Intenta resolver parcialmente una problemática social concreta: la falta de trabajo y de producción. Sin embargo EProL no es una política de empleo sino de generación de producción entramada

Para este programa específico proponemos establecer un dispositivo comunicacional entre productores y con los consumidores y aportar a los propios procesos comunicacionales para que los productores del mismo rubro estén organizados para poder responder ante grandes demandas si así fuera necesario.

Pretendemos una transformación de los vínculos que redunde en la creación de nuevas relaciones entre los actores contemplados por el programa EProL de Epyca mencionados precedentemente.

A su vez este programa es uno de los programas de la Universidad de la Práctica, estructurante de la Fundación EPyCA, y que además despliega otros cuatro programas más: Formación, Red de Prácticas Sistematizadas, Campamento de Trabajo Productivo y Mingas.

Los objetivos de la Fundación Epyca son:

- Generales:

Generar condiciones objetivas y subjetivas, locales, regionales y nacionales para la construcción de entramados productivos.

Desarrollar entramados socio - productivos cosustentables mediante la generación de Unidades Productivas (UP) articuladas, como estrategia alterativa de superación de la pobreza, desde una perspectiva social, cultural y productiva.

Estrategizar entramando prácticas productivas en base a dimensión política, social, cultural y productiva.

Impulsar un proceso de desarrollo endógeno, a partir de una estrategia entramada de producción, comercialización, distribución y consumo de productos y/o servicios.

Potenciar procesos de autonomía productiva en el campo popular, entendida ésta como la capacidad de desarrollar entramados de prácticas socioproductivas, en situación de pobreza.

Inducir procesos alternativos de empoderamiento popular a través de entamar producciones populares

- Específicos

Planificar entamando producciones populares a nivel local (comunitario e interbarrial), regional y nacional.

Construir una plataforma virtual para entamar 7 actores sociales (Ver Actores sociales), como herramienta que permita procesos de mapeo, organización, formación, producción, comercialización, circulación y consumo.

Promover la conformación, entamado y consolidación de UPE (unidad productiva entamada) cosustentables, constituidas por personas (familias o grupos de personas en situación de desocupación o subocupación) nucleadas en rutas regionales productoras de bienes y/o servicios.

Articular con programas de diversas áreas del gobierno local, nacional, universidades, organizaciones sociales y fuerzas productivas, con el fin de potenciar la eficiencia en el uso de los recursos.

En 8 regiones nacionales, entamar Consumidores / Productores / Universidades / Organizaciones Sociales / fuerzas productivas (empresas – campo) y Estado / (en procesos de formación / comercialización / distribución y consumo de bienes y servicios, mediante el desarrollo de nodos con determinada especialidad productiva (rutas sustentadas en cadenas de valor.

Mediante la planificación de entramados productivos se busca impactar en el fortalecimiento de unidades productivas familiares, comunitarias e intercomunitarias enmarcadas en procesos de desarrollo local - regional – nacional.

. Consolidar comunidades prosumidoras

. Desarrollar formación productiva

. Elaborar, desarrollar y sistematizar (modo de intervenir investigando) un plan correspondiente a cada unidad socio-productiva entamable en base a planificación general EProL.

- . Estrategizar rutas entramables en el campo productivo, político, cultural, social y económico.
- . Monitorear y evaluar el proceso

Por otra parte, los enfoques de los Enfoques EProL (Entramados Productivos Latinoamericanos) son:

Enfoque político

EPyCA no desarrolla política partidaria. No obstante, desde una pedagogía de la práctica nuestro objetivo político es producir en procesos de transformación – emancipación – liberación construyendo políticas estratégicas alternativas/ alterativas

Objetivos Políticos:

- . Diseñar y concretar una política estratégica: EProL es una política pública no estatal no gubernamental, que se desarrolla en el corto / mediano / largo plazo:
- . Socioproducción: como parcial solución social frente a un problema estructural desde una perspectiva social, cultural y productiva
- . Política estratégica de construcción de entramados, mediante rutas productivas, que permitan reactivar, mejorar, redireccionar y transformar prácticas productivas
- . Planificar y desarrollar procesos productivos entramados como aporte transformador al desarrollo

local, regional y nacional, tendiente a producir popularmente, con consecuentes logros sociales, culturales y económicos

Sociedad civil (Organizaciones) / Estado - Universidad / fuerzas productivas

Enfoque estratégico

Objetivo:

Desarrollar entramados productivos mediante la construcción de una plataforma virtual articuladora entre Consumidores - Productores - sociedad (Organizaciones Sociales) Estado /Universidades, órganos de asistencia técnica, fuerzas productivas.

Micropolítica consistente en la planificación de entramados productivos tendientes a la transformación social mediante prácticas socio - productivas entramadas en la relación privado – pública.

Aspectos estratégicos centrales: Organización local - entramada de los productores- Referencia de lugar. Estabilidad en la producción. Respuesta a la demanda (stock). Comunicación entre productores. Publicidad / Marketing. Gestión Operativa.

Logística: Frente a la escasa capacidad de respuesta productiva por parte del productor individual generar la logística de comunicación para que los productores del mismo rubro estén organizados en función de diversas demandas.

Enfoque cultural

Objetivo cultural: Fortalecer identidades productivas locales

Aspectos culturales centrales: Cultura Popular

El programa EProL se asienta en la cultura popular. No es un nuevo programa subsidiando la producción de entramados. Sostiene la no separación del trabajo respecto del ocio

El capitalismo se ha apropiado de la vida de los hombres, separando ambos, trabajo y ocio, y cooptándolos con propuestas de aparentes elecciones múltiples.

De este modo el ocio convertido en vacación en determinado tiempo anual, se convierte en un bien de uso y de consumo.

En contraposición la cultura popular une ambas dimensiones:

Geoproducción:

Producción sustentada en el suelo como arraigo cultural desde dónde utilizar las reservas y recursos a fin de sustentar entramados productivos desde una perspectiva sustentable y sostenible a la vez.

Sabiduría Popular – Conocimiento científico:

Saber popular y conocer científico técnico: dos componentes clave en el proceso productivo
EProL

Aprendizaje desde la realidad popular: características productivas, sociales y laborales del sector en general.

Identidad productiva

El desarrollo de esta propuesta parte de la certeza que las organizaciones en su hacer cotidiano, en su constante resolver problemas (los cuales contienen una complejidad alta y exigen saberes múltiples), han ido desarrollando metodologías, han construido conocimientos, han aprendido acerca del funcionamiento de su comunidad, su población, la relación entre ella y las instituciones con las cuales interactúa todos los días.

Estos aprendizajes, iniciativas y proyectos, en muchos casos, permanecen invisibles para los
Enfoque metodológico.

Intervención productiva. Concepto

Para Epyca y sus programas intervenir productivamente es generar procesos de aprendizaje produciendo bienes y/o servicios, en forma entramada

A tal fin se intervienen escala micro /meso / macro social, mediante un conjunto de herramientas y procedimientos que contribuyen al surgimiento, desarrollo, fortalecimiento y consolidación de procesos productivos con personas que se suman a EProL.

En EProL, el entramador es el que desarrolla este rol. Se sistematiza en forma permanente la intervención productiva en el proceso EProL

Sentido EproL

EProL es un programa de EPyCA que desarrolla producción social y solidaria, que constituye un entramado social y como ya lo anticipamos no una empresa.

EProL intenta organizarse con diferentes tipos de actores implicados en el proceso productivo, dentro del cual, EPyCA es la entramadora

Se propone el desarrollo de un circuito productivo semi abierto, sin fin de lucro y el Estado no paga ningún tipo de producción

En función de cosustentabilidad, EProL se debe recurrir al cobro de una cuota para formar parte del entramado.

Por todo lo dicho EProL es una unidad estratégica, móvil sin staff dependiente de la misma, que desarrolla la función de conector entramando dos escalas (micro social / macro Social), en tanto sistema entramador de procesos de producción, almacenamiento, agregado de valor, circulación, comercialización, consumo

En el Programa Entramados productivos Latinoamericanos (EProL), Fundación EPyCA se propone la planificación articulada de reservas, recursos y producciones populares, en función de la circulación organizada de los mismos, como atajos de resistencia económica frente a la falta de trabajo.

Es una propuesta socioproductiva, formativa, organizativa y distributiva a escala local, regional y nacional

Intenta resolver parcialmente una problemática social concreta: la falta de trabajo y de producción. Sin embargo, EProL no es una política de empleo sino degeneración de producción entramada.

Rol de EPyCA en EProL

EPyCA es el constructor de entramados a partir de redes vinculares que desarrolla desde 1963 hasta la actualidad, 2017 (55 años), en función de entramados prosumidores EProL

Identidad EProL

EProL es la planificación articulada de UPE (unidad productiva entramada) emergentes del mapeo de demandas / reservas y recursos, desarrollando procesos de formación – producción / organización y comercialización cosustentable y sostenible, tendientes a disminuir algunos efectos de la pobreza estructural mediante prácticas generadoras de vida, a escala local / regional / nacional.

En EProL se intenta la generación de trabajo productivo articulando siete tipos actores, mediante la conformación de comunidades prosumidoras

Epyca decide definirla identidad de su programa EProL por lo que:

- No es un programa del Estado.
- No se trata de una superestructura anclada en una oficina pública.

- Ni tampoco es un programa de colaboración con el Estado por parte de una organización privada.
- No es un programa al servicio del mercado globalizado.
- En el campo popular hoy se parte de un hándicap en contra respecto de ventajas y capacidades competitivas.

Por ende, las unidades productivas EProL no son UGI (unidades geográficas inviables) planteadas por el Banco Mundial. Por el contrario, las UPE (unidad productiva entramada) son justamente la factibilidad técnica de procesos productivos

- No es un programa asistencialista
- El asistencialismo obtura la actitud productiva en nuestro pueblo.
- No es un programa reproductor de la pobreza

Programa tipo “changa” muchas veces se visualiza en la vida del micro-emprendedor, el artesano suelto..., lo residual..., prácticas asistencialistas caducas.

En EProL se intenta superar esto, haciendo posible producir complementariamente entramados

- No es un programa que reproduce la superposición atomizada

La dificultad para vender lo que se produce por parte de micro-emprendimientos populares – economía social está dada por la superposición y atomización de ofertas de un mismo rubro en un mismo espacio, situación ésta que conspira severamente contra la sustentabilidad (entre otros factores)

- No es un programa Onegeista
- No desentenderse el Estado, derivando en las Ongs el problema de la pobreza.

El Estado activo mediante planificador / contenedor de entramados productivos a través de una organización que lo concreta (en este caso fundación EPyCA)

- No es un programa coordinador de la demanda social. EProL intenta ser un generador de oferta productiva
- No es un programa de contención

- No alcanza el amor, frente a la pobreza aniquilante de la vida, sino que la producción es clave. Se trata de amor productivamente planificado.

Entramar es trabajar juntos en forma productiva (EProL), donde no sólo se establece relaciones para vender o comprar. Lo central es el proceso productivo en sí.

- No es un programa de asesoramiento
- Está fuera de la tecnocracia desde arriba / consultorías iluminadas
- No es un programa de capacitación
- No se trata de dar talleres de capacitación.

La formación es importante, pero no en sí misma sino en relación a un fin superior de carácter productivo y emancipador.

- No es un programa de cooperativismo
- No se trata de promover cooperativas, sino simplemente generar unidades productivas entramadas.
- No es un programa de comercialización
Aunque aporte a la comercialización de los productos, EPyCA no es una red de comercialización
- No es un programa de reventa / intercambio.
- No se trata de venta ocasional de subsistencia / re-venta o intercambio, sino que la producción es el centro
- No es un programa generador de un movimiento popular
- No se trata de conformar un movimiento popular ni nuevas organizaciones, las que pueden surgir colateralmente, sin embargo, no es un objetivo EProL

EProL certezas:

- Estar al servicio de nuestro pueblo
- Clave permanente: el programa está al servicio de 4 subsectores populares.

Subsector incluido en las relaciones de producción, que necesita maximizar sus ingresos para vivir.

Subsector expulsado de las relaciones de producción, hoy desocupado

Subsector excluído de las relaciones de producción

Subsector excedente absoluto, con determinada incompatibilidad socio productiva

Principios compartidos

Saber popular y Conocer científico – Técnico. Intersectorialidad. Economía abierta / integrada / cosustentable. Estado productivo

No alcanza con Estado activo, es preciso un Estado productivo que facilite la construcción de entramados productivos mediante la participación de los actores.

Economía de lo suficiente.

Frente a una cultura sustentada en el consumo “que nos consume”, tender al “buen vivir”, apoyado en una cultura alterativa de la misma. Descentrarse de la infinita generación de “necesidades” tendiendo a procesos de decrecimiento.

Planificación productiva

Superadora de la atomización no sustentable en la generación de valor agregado y su posterior circulación en una red planificada y organizada a tal fin.

Economías regionales

No es la suma de desarrollos locales lo que produce el desarrollo regional. Para ello es preciso no solo un Estado activo sino un Sector productivo activo.

Intervención productiva

Además de acompañar procesos sociales, se trata de intervenir en función de concretar producción entramada

Redescubrimiento de reservas productivas

En este proceso convergen tanto: el fortalecimiento de políticas activas de producción, el redescubrimiento de las reservas y capacidades personales para promover la coproducción comunitaria mediante el entramado de prácticas sociales previas en el campo de la Economía social,

Emergencia de nuevas unidades productivas.

Promoción de experiencias desactivadas

Entramado de producción preexistente

Generar entramados retomando e intensificando el trabajo hasta aquí realizado (Emprendimientos – Economía Social), que permitan incidir en el contexto, justamente por estar entramados.

Desarrollo de unidades productivas entramadas.

EProL es el desarrollo de unidades productivas entramadas (cadenas de valor solidario), mediante rutas productivas regionales.

Producción creativa.

EProL se asienta en la actividad productiva como acto creativo conformador de identidades individuales, grupales y colectivas, mediante la creación de prácticas sociales fraternas en torno a intereses comunes.

Producción paralela articulada.

El elemento sustancial está dado por la preeminencia del factor trabajo por sobre el capital y principalmente por la presencia central de los factores comunitarios

Frente al mercado globalizado, no son posibles ventajas ni capacidades competitivas, fruto de años de dominación y postergación improductiva.

Por ende, los entramados productivos constituyen círculos paralelos al mercado, y a la vez círculos porosos en articulación con el mismo.

Esto no significa retomar subsidios ineficientes a la producción, pero sí significa procesos de intervención productiva inteligentes y audaces que permitan restituir la energía productiva no sólo dormida, sino expoliada y cautiva

Autonomía productiva

En el campo popular, entendida ésta como la capacidad colectiva de desarrollar prácticas generadoras de vida en situaciones de pobreza por falta de trabajo.

Cosustentabilidad productiva

Desarrollo de sustentabilidad en los entramados productivos de cada unidad de gestión, para posibilitar su rentabilidad y perdurabilidad en el mediano/largo plazo, y en este sentido, se apunta a la articulación y entramado con otras experiencias de la economía social, para intercambiar conocimientos y potenciar las prácticas.

Identidad productiva

Promoción de actividades productivas populares a través de herramientas enraizadas en el potencial comunitario (reservas productivas).

Las personas – grupo - comunidad – colectivo, tienen capacidades potenciales (reservas productivas) identificables, organizables y evaluables

Justicia productiva

Construir justicia teniendo en cuenta que, para redistribuir, previamente necesitamos producir (es clave el orden de los factores)

Prosperar en entramados organizados

Resiliencia Productiva (capacidad de salir a flote en la adversidad) mediante la afirmación de las relaciones sociales arraigadas en valores de reciprocidad, solidaridad, trascendiendo la obtención de ganancias materiales.

Mediante entramados productivos se busca no sólo el excedente que permite acceder al mercado de consumo sino también favorecer procesos de cooperación entre familiares, vecinos, comunidad y resto del país.

Reconocimiento y Representación Social

Los entramados productivos configuran procesos de reconocimiento y representación social, sustentados en la construcción del nosotros: basamento mismo del concepto “entramados”

Solidaridad productiva

En el plano de la redistribución: los recursos productivos, así como los bienes y servicios producidos, fluyen, se asignan y redistribuyen, no sólo por medio de las relaciones de intercambio

valoradas monetariamente, sino también mediante otras relaciones que permiten una mayor integración social, a saber: relaciones de reciprocidad, redistribución, cooperación, donación, etc.

Por ende, no se trata de una caja independiente por entramado sino una caja general que permita fraternalmente el equilibrio entre los entramados productivamente más ricos y más pobres., existiendo entre ellos, las mismas reglas de juego productivas.

EProL no implica solo sumar viejos o nuevos micro emprendimientos aislados, sino que fundamentalmente se nutre del mapeo de demandas, reservas, recursos y producciones existentes, potenciales y preexistentes.

Los actores se involucran en los EproL formando parte de las diferentes convocatorias realizadas por EPyCA, a partir de algunos de los siguientes dispositivos que la Fundación lleva adelante: Rondas, Encuentros, Pre-congresos, Congresos, Mingas, Campamentos de Trabajo Productivo, RePraSis, Talleres, Cursos, Anclajes, Nodos

En ese contexto nuestra investigación pretende comprender y abordar la multidimensionalidad de los citados procesos de comunicación y desde allí propiciar el encuentro sociocultural mediante una estrategia comunicacional.

Nos proponemos repensar lo comunicativo existente desde los supuestos de la comunicación estratégica para desplegarlo en torno a lo comunicacional, salir de la metáfora del mensaje para desplazarnos a la idea articuladora de red.

En este sentido desde EPyCA entienden que entamar es trabajar juntos en forma productiva (EProL), donde no sólo se establece relaciones para vender o comprar, sino que lo central es el proceso productivo en sí.

Se sostiene desde la entidad que el elemento sustancial está dado por la preeminencia del factor trabajo por sobre el capital y principalmente por la presencia central de los factores comunitarios.

Están convencidos desde EPyCA que, frente al mercado globalizado, no son

posibles ventajas ni capacidades competitivas, fruto de años de dominación y postergación improductiva.

Por ende, los entramados productivos constituyen círculos paralelos al mercado, y a la vez círculos porosos en articulación con el mismo.

Esto no significa retomar subsidios ineficientes a la producción, pero significa procesos de intervenciones productivas inteligentes y audaces que permitan restituir la energía productiva no sólo dormida, sino expoliada y cautiva.

Es por eso que, desde esta investigación, intentaremos valernos de los objetivos de EPyCA para los EProL y propiciar un dispositivo comunicacional que se sostenga en un marco de relaciones sociales arraigadas en la reciprocidad y solidaridad que trasciendan la obtención de ganancias materiales y que de esta forma se manifieste la resiliencia productiva como capacidad de salir a flote en la adversidad.

Preguntas de investigación

Los interrogantes que se abren ante la propuesta se manifiestan fundamentalmente en torno a las modalidades de la vinculación intersubjetiva presentes en la génesis de los entramados.

¿Qué tipo de modelo de comunicación para el cambio social en las organizaciones del tercer sector como EPyCA es aplicable para esta situación?

¿Puede la comunicación desempeñar un papel preponderante en los esfuerzos estratégicos de la Fundación para superar problemas sociales colectivos como el compromiso con la causa social y con los pobres?

¿De qué manera un dispositivo comunicacional adecuado puede viabilizar las estrategias planteadas por EPyCA en su perfil, específicamente los EProL (Entramados productivos Latinoamericanos)?

¿Cómo reconocer en la multicausalidad de los conflictos los espacios para reconocer las mediaciones y recuperarlas en la estrategia comunicacional?

Investigaciones antecedentes

A partir del problema revisamos algunas investigaciones como la de la Dra. Margarida M. Krohling (2015): “La comunicación en la gestión de la sostenibilidad en las organizaciones”. Publicada en el volumen 6 de la Revista Mediterránea de Comunicación (2015), que se centra en reflexiones sobre el poder de la comunicación en la sociedad contemporánea y el papel reservado a los tres segmentos: el gobierno, el tercer sector y las organizaciones privadas.

La investigación si bien intenta dilucidar el papel de la comunicación en la sustentabilidad profundiza en conceptualizaciones sobre la comunicación en las organizaciones que aportan a nuestro trabajo en algunos aspectos.

El artículo sostiene que en la sociedad global son exigidas nuevas formas de comunicación, movidas por las tecnologías que diseñan y actualizan las bases de la era digital. “Los sistemas mundiales de comunicación, en la actualidad, son formados por redes (Castells, 2003), permitiendo a las sociedades estar conectadas simultáneamente, dentro de lo que Giddens (1991) llama de globalización de la modernidad”. (M. Krohling, Margarida 2015, Pág. 3)

Se trata de un estudio empírico realizado en organizaciones, consistente entre otras cuestiones en describir y analizar las políticas y estrategias de comunicación para la gestión de la sostenibilidad y entre sus resultados se puede observar que los dos objetivos estratégicos más valorizados en seguida fueron: diseminar valores éticos en la promoción de la sustentabilidad y ser referencia en el tema (58%) y contribuir para la transformación de la sociedad por medio de la ampliación de la consciencia de los públicos de la organización sobre sustentabilidad (56%).

Es esta cuestión, lo transformacional de la sociedad, es lo que nos acerca a los objetivos de nuestra investigación.

Entre las conclusiones aportadas por el trabajo de la Dra. Krohling podemos detenernos en las consideraciones que se esgrimen sobre la comunicación organizacional, y en ese sentido separa a la comunicación como soporte de táctica para considerarla estratégica y revalorizadora de la organización por “el explicitación de su misión, la consecución de los objetivos y la fijación pública de sus valores”. (M. Krohling, Margarida 2015, Pág. 28).

Además, la citada investigación de alguna manera da respuesta a uno de los interrogantes de nuestra investigación cuando se pregunta sobre ¿cuáles serían los principales desafíos de esa comunicación y de sus actores en todo ese proceso?

Y sostiene que primero hay que desplazarse de la visión lineal de la comunicación, la visión instrumental que ve a la comunicación como simple transmisión de información y sustituirla por una visión más compleja y amplia.

Otro trabajo científico que aporta a nuestra investigación es la publicación de Thomas Tufte (2015). “Comunicación para el cambio social, la participación y el empoderamiento como base para el desarrollo mundial”.

En este caso el documento aporta el análisis de los debates que internacionalmente se han venido desarrollando en torno a la revisión terminológica de la comunicación para el desarrollo y proponer nuevas alternativas como “comunicación para el cambio social” o “comunicación para el empoderamiento ciudadano y ecosocial” tal como lo propone Chaparro (2013).

Thomas Tufte (2015) de la Universidad de Roskilde, Dinamarca, durante su trayectoria ha tratado de conectar la tradición latinoamericana de investigación en comunicación con las tradiciones europeas y anglosajonas.

Su reflexión constata la falta de resultados a largo plazo de las políticas y enfoques

comunicativos para el desarrollo a pesar de los esfuerzos económicos y humanos que no han tenido efecto en el logro de la justicia social global.

Para el autor los énfasis propuestos desde el enfoque comunicacional muestran claramente dos aproximaciones que intentan caracterizar un campo relacionado con el rol de la comunicación para superar los problemas colectivos globales a partir de lo estratégico.

Uno de ellos es el concepto de “Comunicación para el Desarrollo” sobre el que se interroga Enghel (2012) en el XI Congreso Latinoamericano de Investigadores en Comunicación”

“...cabe preguntarse: si la comunicación para el desarrollo es la respuesta, ¿Cuál es la pregunta? Asimismo, si la comunicación para el cambio social es la respuesta, ¿la pregunta cambia? ¿Cómo entender hoy desarrollo y cambio social desde una perspectiva comunicacional? ¿Cuáles son los énfasis propuestos desde este enfoque de la comunicación?” (Enghel, F. Mayo, 2012).

Y Enghel (2012) responde a sus interrogantes planteando la existencia de una doble vertiente académico y práctica la Comunicación para el Desarrollo y la Comunicación para el Cambio Social como diferentes aproximaciones para denominar al campo de la comunicación en los esfuerzos estratégicos para superar los problemas sociales colectivos.

De modo tal, que la propuesta de nuestro territorio, de propiciar un dispositivo comunicacional adecuado puede viabilizar las estrategias socio-tecnológicas encaradas por Epyca recibe como aporte de la investigación citada en el párrafo anterior la necesidad de contemplar esa doble perspectiva planteada.

También podemos mencionar como antecedente la investigación de Javier Erro Sala y Leila Chivite de la Universidad de Navarra “De la comunicación para el desarrollo a la comunicación para el cambio social: ongds. y movimientos sociales. (2016)

En la misma se pone de manifiesto el salto epistemológico que desencadena hablar de la comunicación para el cambio o la transformación social. Se afirma la comprensión de

la comunicación como dimensión fundacional y estratégica como fin y medio a la vez.

Se presenta como indiscutible la articulación entre los conceptos de cooperación, desarrollo y comunicación. La propia comunicación interpela a la cooperación y al desarrollo sobre sus vocaciones comunicativas y desde allí alcanza a las ONG como instituciones que proponen un discurso público y uno interno puesto de manifiesto en su cultura y organización estructural.

Esto último se articula con los esfuerzos de la Fundación Epyca en el sentido de la conformación de entramados.

Otra investigación que aporta datos importantes es: “Usos y prácticas de comunicación estratégica en organizaciones públicas y políticas”. De Ángela Preciado Hoyos y Haydée Guzmán Ramírez. (2010).

De los resultados presentados se pueden destacar los datos que indican el alto grado de flexibilidad de este tipo de asociaciones provocado por fenómeno de la globalización y de qué manera el modelo de comunicación estratégica es el utilizado por las organizaciones analizadas.

Las autoras sostienen que “el modelo de comunicación estratégica exige a quienes lo aplican seguir una metodología, contar con herramientas para orientar el trabajo hacia el cumplimiento de los fines y con pautas para verificar en qué medida los resultados proceso se acercan o se alejan de lo previsto”. (Ángela Preciado Hoyos, Haydée Guzmán Ramírez José Carlos Losada Díaz. 2010, P.18).

Al respecto debemos señalar la diferencia con el modelo que investigación enactiva en comunicación, esta metaperspectiva que aplicamos a nuestro trabajo:

“Las estrategias de comunicación son dispositivos de conversación micro/macro social, algoritmos fluidos, mapas dinámicos de las reconfiguraciones que se van desplegando en los territorios a partir de las metodologías, las técnicas y las herramientas propias de la comunicación. Desplegamos entonces a la comunicación como algoritmo fluido de la diversidad (...) un conjunto ordenado y finito de operaciones como método y notación de distintas formas del cálculo en

torno a lo comunicacional” (Massoni, 2016:37)

Destacan la necesidad de la comunicación estratégica de enlazar los elementos comunicacionales de tipo social, administrativo y hasta político donde se presentan las relaciones interpersonales, pero además demanda que el comunicador conozca el entorno desde una mirada global que contemple aspectos de la cotidianeidad.

Se manifiesta en el estudio que la apertura hacia el entorno que se materializa en el diálogo con los públicos es de influencia mutua y es una de las características de la comunicación estratégica. Esta actividad obliga de alguna manera a las organizaciones a preguntarse sobre su identidad y a edificar un discurso que refleje sus aspiraciones.

Otra de los trabajos científicos que anteceden a nuestra investigación es el desarrollado por Arlette Bouzon denominado “Las investigaciones en comunicación de las organizaciones: orígenes y fundamentos”. (2011)

Como plantea la autora, el artículo publicado en la Revista Organicom de septiembre de 2011, pretende exponer una representación global de las investigaciones existentes en torno al tema en cuestión.

Este estudio aporta datos epistemológicos para poner en debate en nuestro propio territorio y, en primera instancia, sostiene que el espacio de la comunicación y las organizaciones “... constituye un espacio de problemática aún fragmentada que refuerza la búsqueda de modelos explicativos multidimensionales, sobre el telón de fondo de la crítica y la superación de los modelos dominantes”. (Bouzon 2011. P. 14).

En esta línea vemos identificada nuestra investigación, la de ir en busca de un modelo multidimensional tratando de corrernos de los modelos dominantes.

Se sostiene que todos los trabajos revisados cuestionan el lugar y el papel de la comunicación en las organizaciones dando lugar a una pluralidad de modelos.

Es un amplio espectro de abordajes que difieren, básicamente, en la función de su tema y varían según su finalidad.

Finalmente consideramos como antecedente al informe “La comunicación en las organizaciones del tercer sector” publicado en la Revista Latina de Comunicación Social (2010). De la Mtra. Patricia Durán Bravo y la Dra. María Belén Fernández Fuentes

En ella citan a Putman (2001) para definir a las funciones de las organizaciones del tercer sector cuando sostiene que las mismas favorecen el desarrollo social debido a su capacidad de producir capital humano y capital social en una sociedad. Este es un aspecto que resulta interesante y que aporta al momento de pensar en los objetivos de nuestra investigación.

Por otra parte, sostiene la necesidad de señalar que el desarrollo de la sociedad civil depende de la capacidad de estas organizaciones de comunicar a la sociedad sus valores y a partir de ello propiciar el cambio social y cultural.

Aquí es donde este trabajo se posiciona en cuanto a la definición del concepto “sociedad civil” en la que van a convivir las organizaciones. Para ello recurre a la definición de Bobbio (2006) que considera a esta como “el círculo de relaciones entre Individuos, grupos y organizaciones que se desarrollan al margen de las relaciones de poder características de las organizaciones gubernamentales.

A partir de esta definición se pueden concebir una división que separa al sector lucrativo del sector no lucrativo en el que se sitúan las organizaciones del tercer sector.

En ese contexto las referidas organizaciones añaden a la sociedad el valor del capital social que subsiste en la red de vínculos y de recursos que circulan en esta red. Nos parece un aporte interesante ya que nuestra investigación pretende analizar las transformaciones de las modalidades de vinculación intersubjetiva entre sus actores y la sociedad.

Al respecto se sostiene que las organizaciones pueden contribuir a generar una mayor solidez de las redes de cooperación y a consolidar esos vínculos intersubjetivos que

incrementan el capital social.

Para ello la gestión de la comunicación en las organizaciones debe ser una práctica ligada tanto a su quehacer productivo cotidiano como estratégico. Según Vicente Vidal (2004).

“Las empresas comunican para existir, pero las organizaciones del Tercer Sector existen para comunicar, para transmitir sus valores a la sociedad. Se puede decir que la comunicación forma parte de la esencia misma de estas organizaciones, y está presente en todos sus procesos, en toda la gestión”

Además, esta publicación se manifiesta en el sentido de desarrollar la gestión de la comunicación en las empresas desde el enfoque integral que propone Rebeill (2000), que básicamente sostiene que la que la organización es una comunidad viva de personas que evolucionan y cambian en su interacción constante con el entorno; o desde el enfoque productivo de Nosnik, (1995) que plantea la necesidad de situar al proceso de la comunicación en el sistema al que sirve para que dicho sistema cumpla.

Las investigaciones que se presentan como antecedentes para nuestra investigación lo hacen desde diferentes perspectivas que nos presentan algunos campos de indagación directamente vinculados con nuestro territorio específicamente con el desarrollo de una estrategia comunicacional para los EProL.

Los textos, frutos de las investigaciones presentadas como antecedentes documentales, nos permiten observar parte del conocimiento acumulado en lo relativo a la conformación de entramados sociales que se pueden vincular específicamente con los entramados de nuestro territorio.

La experiencia de los EProL, se replica en algunas de las investigaciones precedentes en tanto modalidades de entramar, en nuestro caso las propuestas por EPyCA tienen como objetivo la vinculación de sus actores y entre otras podemos mencionar a los campamentos de trabajo productivo, los congresos, cursos, encuentros regionales, experiencias compartidas (vinculada a la riqueza cultural y paisajística local), ferias (para compartir y comercializar los productos de los productores locales, la formación

productiva para desarrollar momentos de formación productiva, cultural, metodológica y política con los participantes y el desarrollo de espacios de concreción de entramados entre productores, consumidores, y diversos actores que aportan a su fortalecimiento.

En la selección del material presentado fue necesaria una mirada crítica previa que determinara su pertenencia e incumbencia con el tema de nuestra investigación de manera tal que nos permita generar una visión integradora del problema.

En ese sentido los antecedentes aportados nos permiten ubicar las huellas históricas y originalidad de nuestra pretensión de transformar los vínculos intersubjetivos que redunden en la creación de nuevas relaciones entre los actores contemplados por el programa EProL de EPyCA llámense estos consumidores, productores, organizaciones sociales, el estado, la asistencia técnica, y la propia Fundación EPyCA como entramadora.

Tal el caso de las aproximaciones para denominar el campo de la comunicación en los esfuerzos estratégicos para superar los problemas sociales colectivos propuestas por Thomas Tufte (2015).

También pudimos recopilar desde una mirada crítica aspectos vinculados con la cuestión transformacional de la sociedad, en la investigación de Krohling, Margarida (2015) o sobre el entorno en el que se materializa en el diálogo con los públicos y que es de influencia mutua como características de la comunicación estratégica aportado por Ángela Preciado Hoyos y Haydée Guzmán Ramírez. (2010). Y en igual sentido el informe: “La comunicación en las organizaciones del tercer sector” publicado en la Revista Latina de Comunicación Social (2010), y su caracterización de las funciones de la gestión de la comunicación en las organizaciones.

Además, tuvimos una aproximación a la llegada actual de los enfoques, como en la producción de Arlette Bouzon: “Las investigaciones en comunicación de las organizaciones: orígenes y fundamentos”, que además aporta datos epistemológicos para poner en debate en nuestro propio territorio.

Por lo expuesto podemos apreciar que las investigaciones citadas nos permitieron recuperar la trayectoria del problema comunicacional que intentamos abordar en nuestro territorio o sea la multidimensionalidad de los procesos de construcción de entramados sociales.

Por otra parte, los diferentes abordajes de esta situación, que fueron registrados nos ponen de manifiesto el contexto de la situación comunicacional y nos permitieron seguir las huellas históricas de los procesos investigativos vinculados con el nuestro.

Y finalmente nos propicia acceder a los avances en el conocimiento de nuestro campo específico y desde allí comprenderlo mejor y aportar argumentos para justificar y definir el alcance de nuestra investigación.

III. MARCO TEÓRICO.

Nos proponemos, en una primera instancia, abordar el concepto de multidimensionalidad en los procesos de construcción de entramados sociales.

Desde la categoría de la complejidad podemos intentar entonces, un abordaje sobre la interacción multidimensional en los entramados sociales.

“La complejidad es efectivamente el tejido de eventos, acciones, interacciones, retroacciones, determinaciones, azares que constituyen nuestro mundo fenoménico” (Morin, 2004, p.32) además, agrega el autor, que el conocimiento debe contribuir a ordenar los fenómenos y a seleccionar o quitar ambigüedad.

En esa línea Morin (2004) sostiene que la principal categoría de todas las ciencias de la comunicación es el significado y se debe explicar la emergencia o la dinámica teniendo en cuenta el carácter público del pensamiento en tanto el hombre es un ser social que interactúa en el ámbito de la cultura.

Queremos enfocar la mirada sobre esos “eventos, acciones, interacciones, retroacciones, determinaciones y azares” que menciona Morin (2004) en nuestro territorio. Precisamente la Fundación EPyCA elabora y expone la comprensión del concepto

“entramados sociales” desde su programa “Entramados” que se subdivide en entramados territoriales, entramados productivos y entramados institucionales.

Estos entramados que surgen de articulaciones previas o anclajes como los denominan desde EPyCA son unidades organizativas territorializadas conformadas por organizaciones o personas que desarrollan un proceso de formación mediante sistematización presencial o virtual de la práctica de cada uno.

Entre los productivos se pueden destacar los EProL (Entramados Productivos Latinoamericanos). Para este programa específico Epyca necesita establecer un dispositivo comunicacional entre los productores y con los consumidores.

Se pretende propiciar una estrategia comunicacional para que los productores del mismo rubro estén organizados y para poder responder ante grandes demandas si así fuera necesario.

Nuestra investigación, según lo establecido precedentemente está dirigida diseñar una estrategia comunicacional que a partir del encuentro sociocultural colabore en el logro de los objetivos que en esa materia se plantea EPyCA

Los objetivos de los EProL se pueden sintetizar en: la formación metodológica, la sistematización de las prácticas, la contención y superación de los anclajes, conformación de una red a micro escala, en definitiva, la generación de políticas transformadoras a partir de la profundización del paradigma del “buen-vivir”¹

Este paradigma emerge desde el mundo andino, recoge los valiosos aportes elaborados en otras partes del mundo y responde a los antiguos problemas causados por la pobreza o la desigualdad o a los nuevos conflictos como los de la pérdida de la biodiversidad o el cambio climático.

En el artículo publicado por Eduardo Gudynas y Alberto Acosta (2011) : “El buen vivir o la disolución de la idea del progreso afirman que el concepto de buen vivir es tomado desde la visión de los marginados de la historia, sobre todo los pueblos indígenas, donde se lo plantea como una “...oportunidad para construir otra sociedad sustentada en la

¹ La noción de “Buen vivir” es una extrapolación del concepto quechua “Sumak Kawsay” y nociones similares de otros pueblos indígenas de América Latina como el “Suma Qamaña”.

convivencia del ser humano en diversidad y armonía con la naturaleza, a partir del reconocimiento de los diversos valores culturales existentes en cada país y en el mundo”.

En sus postulados básicos, este pensamiento cuestiona los fundamentos de la idea de progreso y se presenta como una oportunidad para construir colectivamente un nuevo régimen de desarrollo.

El propio Alberto Acosta junto a Gudynas, Carrere, Lander y otros en la introducción de “El buen vivir, una vía para el desarrollo” sostienen que esta filosofía se caracteriza por promover relaciones armoniosas entre los seres humanos y con la naturaleza.

El teólogo brasileño Leonardo Boff (2009) sostiene que “...el "buen vivir" supone una visión holística e integradora del ser humano, inmerso en la gran comunidad terrenal, que incluye no sólo al ser humano, sino también al aire, el agua, los suelos, las montañas, los árboles y los animales; es estar en profunda comunión con la Pachamama (Tierra), con las energías del Universo, y con Dios.

Y, en relación a nuestra investigación, podemos tomar de “el arte del buen vivir” los conceptos economía solidaria y de recuperación de otras soberanías.

Precisamente, para nuestro territorio es imprescindible reflexionar sobre este último concepto, que se puede resumir en: vivir en armonía y equilibrio y que implica un concepto de vida y una guía para la acción. Los entramados para los que intentamos propiciar una estrategia de comunicación se basan en principios de igualdad y al igual que las comunidades aborígenes no están exentas de problemas y conflictos, no son simétricos en sus empoderamientos y por lo tanto debemos entender que los conceptos del “Buen-vivir” están inspirados en principios tradicionales y reconstituidos y así deben ser pensados.

Nos interesa del concepto del buen vivir su mirada institucional que responde a la estrategia “bottom up” o sea a responder a objetivos que se plantean desde las bases y en contraposición a las” top down” que responden a principios establecidos por niveles supra institucionales.

Los EProL intentan adoptar este nuevo tipo de desarrollo social, político, económico y respetuoso del ambiente.

Al respecto el concepto de “Matrices socioculturales” que aporta la Metodología de la “Escuela de Comunicación Estratégica de Rosario”³ nos permite observar los rasgos principales de las lógicas de funcionamiento de un grupo social, en nuestro caso los entramados EProL.

Según Massoni (2007) “Una matriz sociocultural programa en cada grupo su sistema de percepción-acción. Es su modalidad del vínculo macrosocial. Incluye no sólo las condiciones, sino la percepción que cada grupo tiene de ellas (lo simbólico y lo material.

Podemos observar entonces como se vinculan los actores de los entramados en las acciones comunicacionales, precisamente sus modos de actuar, como las perciben desde lo emocional y proporcionarnos para la investigación la localización de los puntos de encuentro, o sea lo vivo, lo habitado.

También es interesante entonces observar cómo la cotidianidad afecta la interacción entre los actores de nuestro territorio, ya Morín (2004) sostenía la necesidad de observar la complejidad allí donde ella parecía estar ausente, como por ejemplo en la vida cotidiana.

El carácter comunicacional del Vivir Bien/Buen Vivir se refleja también en el carácter y naturaleza de los principios que lo sustentan como principio de la armonía, la complementariedad, el equilibrio y la interculturalidad demostraba como la novela de principios de siglo XX narraba sobre seres situados en contextos espacio-temporales.

En estas novelas los personajes, de acuerdo con su personalidad, ocupaban diferentes roles sociales o sea que cada uno tenía una multiplicidad de identidades y de personalidades. Con esto nos quería indicar cómo no sólo la sociedad es compleja, sino que cada uno de los átomos del mundo humano también lo es.

Como anticipábamos, la observación de las matrices socioculturales nos permite reconocer las lógicas de funcionamiento de los actores en nuestro territorio desde donde despliegan sus vínculos comunicacionales. Pero también las matrices son sistemas de producción donde sus componentes: actores (grupos e instituciones), los modos de comunicación, los espacios y los saberes, participan en los procesos de aprender y hacer.

En nuestro caso nos interesa indagar sobre los sistemas identitarios entre los actores que conforman los entramados sociales propiciados por EPyCA en su devenir diario y de

acuerdo al tipo de entramado, productivo, territorial o institucional.

Esa búsqueda seguramente nos permitirá profundizar sobre la multidimensionalidad de los procesos de construcción de los entramados, presente en cada rol social o identidad de los actores que los constituyen.

Morín (2004) introduce el concepto de “completud”² emparentado al de

complejidad, entiende que en la búsqueda de la completud se llega a la complejidad en el sentido del todo solidario. Sin embargo, no se puede negar la idea de incertidumbre emergente de la complejidad y la imposibilidad de llegar a la totalidad del saber.

Como dice Massoni (2009), haciendo referencia a la complejidad: “no es una suma de simplicidades; es una manera diferente de vivir, de habitar, de ser en el devenir. Una concepción dinámica como modo de existencia. Nunca escindida, siempre con otros”.

Para sintetizar siguiendo a Morín (2004), podemos sostener que toda visión parcial, unidimensional es pobre por tanto debe ser religada a otras dimensiones. La multidimensionalidad es complejidad.

En ese contexto complejo y multidimensional nos proponemos desplegar una estrategia comunicacional para el programa “Entramados” de la Fundación EPyCA, y consideramos hacerlo desde la perspectiva de la Comunicación Estratégica y los presupuestos metodológicos expuestos por la Escuela de Comunicación Estratégica de Rosario.³

Entendemos que, en este entorno, como dice Massoni (2007), “... lo estratégico se propone como un modelo del desarrollo en tanto es básicamente una manera de ser y de transformar”.

En ese sentido nos interesa, en primer lugar, diagnosticar las condiciones que debe

² Morin cree necesario disipar dos ilusiones que alejan a los espíritus del problema del pensamiento complejo: la primera es creer que la complejidad conduce a la eliminación de la simplicidad y la segunda es evitar confundir complejidad con completud. Morin sabe de antemano que el conocimiento completo es imposible

³ La Escuela de Comunicación Estratégica de Rosario es un núcleo de investigación y desarrollo enfocado en estudiar a los fenómenos comunicacionales desde una perspectiva específicamente comunicacional.
www.escueladecomunicacionestrategica.org

guardar un dispositivo comunicacional que se adapte a las diferentes situaciones de interacción entre las organizaciones sociales que interactúan en la Fundación EPyCA y entre ésta y la comunidad mediante los entramados sociales.

Deleuze (1990) define en primer lugar a un dispositivo como una madeja, un ovillo, un conjunto multilineal compuesto por líneas de diferentes naturalezas y esas líneas no abarcan ni rodean al sistema, sino que siguen direcciones diferentes y forman procesos siempre en desequilibrio, se acercan y se alejan unas de otras. En ese sentido los objetos, las enunciaciones, las fuerzas y los sujetos son como vectores o tensores.

Además, el propio Deleuze (1990) sostiene que un dispositivo implica líneas de fuerza que rectifican las curvas anteriores, las envuelven, "...actúan como flechas que no cesan de penetrar las cosas y las palabras que no cesan de librar una batalla". Se trataría en este caso de la dimensión del poder del espacio interno del dispositivo y que es variable en cada dispositivo.

Ya sea como madeja multilineal o como líneas de fuerzas que determinan la batalla por el poder, nos interesa observar, en nuestro territorio el devenir de estos dispositivos comunicacionales, los que ya existen y los que se propondrán a partir de la investigación.

Retornando a la Comunicación Estratégica, Massoni (2004) la considera como un espacio de encuentro de alteridades socioculturales, ubica al objeto de estudio de la misma como un "fenómeno situacional, complejo y fluido".

En referencia a nuestra pretensión de desplegar una estrategia comunicacional que se manifieste en dispositivos comunicacionales para nuestro territorio la comunicación estratégica nos instala en una construcción intersubjetiva del tiempo y nos invita a explorar en las diferencias, en las contradicciones y en lo diverso a través de lo sensorial.

La Comunicación Estratégica según Massoni (2008) como espacio de encuentro de la heterogeneidad sociocultural

"... se ubica en un registro que estudia lo colectivo desde una teoría de la subjetividad no dualista. Habilita un análisis de las prácticas socioculturales, cambiantes, complejas, fluidas, que crean y son creadas por las identidades (individualidades en el sentido de aquello que tiene identidad en sí) en un juego continuo de interacción, representación, acción".

Estamos en presencia entonces de una investigación enactiva. Esta variedad de la investigación rebasa las formas típicas de las investigaciones tradicionales, se sustenta en las teorías de la comunicación, entiende a ésta como encuentro sociocultural, como lo mencionáramos precedentemente y además propicia este encuentro.

Este modelo propone una estrategia desarrollada en dos momentos. Entendiendo que cada uno de ellos son algoritmos fluidos, en el primero se da el encuentro de los saberes disponibles para la situación abordada y en el segundo se produce el encuentro de los actores que habitan el territorio. El primer momento es un algoritmo porque perfila un conjunto de instrucciones que permiten realizar una actividad en pasos para propiciar el cambio social conversacional, y en el segundo se favorece la vinculación con las alteridades en tanto dispositivos colectivos.

Intentaremos propiciar un dispositivo comunicacional a manera de reconfiguración espacio-temporal mediante la creación de entramados sociales. En ese sentido tenemos en claro que no se trata de elaborar sino, como ya lo anticipamos, un dispositivo flexible que tenga en cuenta lo situacional, lo fluido, la alteridad sociocultural y como se trata de una investigación enactiva no debe limitarse a lo discursivo y lo representativo.

En ese sentido nos atañe considerar la idea de la comunicación como algo más complejo que contempla a la percepción y a lo corporal, como señala Massoni (2013) dar cuenta de un desplazamiento de lo semiótico a lo simbiótico.

Denise Najmanovich. (2009) nos dice que en la actualidad la emergencia de la estética de redes fluidas “...nos permite experimentarnos como partes indisociables del universo entendido como un infinito entramado vital”.

De esta manera tenemos que alejarnos de la mirada que nuestra cultura occidental nos había presentado hasta ahora, entender que nuestro conocimiento del mundo no es un reflejo de la realidad sino la expresión de una mirada más entre la variedad infinita de dar sentido a nuestras vivencias.

“Ya no se trata de preguntar qué ES el cuerpo, sino qué PUEDE un cuerpo. Esta forma de interrogarnos nos lleva a pensar la corporalidad como un proceso activo y situado en lugar de presentarnos una imagen arquetípica y fija. No es una pregunta universal sobre

“el cuerpo humano”, ni siquiera sobre “un cuerpo” en general sino respecto de un cuerpo aquí y ahora, con una configuración dada en las circunstancias actuales del vivir”.
(Najmanovich, 2009, pag.9)

En este recorrido en búsqueda de un dispositivo comunicacional para el programa “Entramados” la idea de la corporalidad nos interpela sobre la modalidad del encuentro intersubjetivo entre los actores de nuestro territorio.

Y, siguiendo con el pensamiento de Najmanovich debemos tener en cuenta que los cuerpos se modulan mutuamente y se desarrollan en el intercambio con su medio ambiente convirtiendo en indispensable para nuestra investigación el trabajo de darles sentido a partir de la observación de sus hábitos, su lenguaje y sus modalidades de relación constituyentes de su cultura que a su vez vuelve a afectar su vida corporal.

Una estrategia comunicacional como la que intentamos desplegar debe incentivar la idea de extender las fronteras de los cuerpos para incorporar nuevas formas de afectación que intensifiquen la relación en esa red activa en la que se desenvuelven los actores de nuestro territorio.

Nina Cabra (2013) nos propone la idea de pensar en la relación cuerpos-afectos, sostiene que un cuerpo se compone de fuerzas y energías de diversos movimientos y que los cuerpos simples se componen con otros de igual naturaleza generando nuevos cuerpos compuestos de diversa complejidad y que este cuerpo compuesto dependerá de la naturaleza de los cuerpos simples que lo componen.

Podemos entonces pensar en el cuerpo de nuestros “entramados” desde esta perspectiva, interpretando además que componer, según la autora precedentemente citada, no es simplemente la unión de cuerpos, sino que implica una relación en la que los cuerpos comunican sus movimientos.

Podemos decir entonces que para lograr la composición o la afectación es esencial un momento de comunicación, que no se limita a la dimensión informativa, sino que implica el abordaje de la multidimensionalidad para transitar de un estado a otro.

La comunicación como” espacio relacionante de la diversidad sociocultural”

Desde esa perspectiva, otro concepto interesante que incorpora Morin (2004) es el del objetivo de las ciencias de la comunicación y al respecto asegura que deben plantearse

explicar el modo en que se encuentran las unidades cognitivas y los procesos emotivos.

A partir del antecedente científico anteriormente expuesto y específicamente desde lo comunicacional. " La comunicación como encuentro, como conversación micro-macro social implica esta consideración de lo complejo y de lo fluido en tanto modalidad de la relación intersubjetiva que es propia de lo comunicacional” (Massoni, 2016, p.72). No se trata de una descripción de la complejidad sino de propiciar la complejidad a partir de la comunicación que siempre es espacio de “nuevas acciones y sentidos compartidos.

Al respecto cabe hacer un alto en el camino para diferenciar dos aspectos que suelen confundirse: lo comunicativo y lo comunicacional. Para ello Massoni (2006) recurre al diccionario de la Real Academia que en su versión 2006 define a lo comunicativo como lo que tiene aptitud o inclinación y propensión a comunicar, en cambio para el término comunicacional el diccionario indica que es lo perteneciente o relativo a la comunicación.

Y nos detenemos es esta definición porque el objetivo propuesto para actuar sobre nuestro territorio tiene que ver con la aplicación de un plan estratégico urbano donde se suele confundir el problema con la solución. Se parte de la premisa de cambiar al otro cuando en realidad la clave pasa por incorporarlo, es repensar el concepto de participación.

Define a la comunicación como “... el espacio relacionante de la diversidad sociocultural porque es en ese espacio donde cada uno de nosotros a partir de nuestras propias matrices socioculturales pacta, negocia si va a conceder veracidad a nuevos argumentos o va a negársela" (Massoni, 2007, p.170).

En este primer desplazamiento y a partir de esta primera identificación sobre los conceptos de comunicación a utilizar vamos a pasar a conceptualizar el aspecto estratégico de la misma.

"La comunicación estratégica es una meta perspectiva que se ocupa del cambio social

conversacional desde los nuevos paradigmas de la ciencia. Rebasa a las teorías y metodologías de la comunicación clásicas que se restringen al estudio de lo comunicativo y propone abordar la multidimensionalidad de lo comunicacional como encuentro de la diversidad” (Massoni, 2012).

La Fundación Epyca se plantea en su perfil un “Horizonte” que es el bien común. Una economía centrada en la reciprocidad y la redistribución; una “Ética”: La corrupción cero; una “utopía”: mover la aguja de la desigualdad; una “estrategia”: los entramados y finalmente una “topía”: la práctica EProL (Entramados Productivos Latinoamericanos).

Nuestro objetivo es desarrollar una estrategia comunicacional para el Programa EProL y para ello intentaremos una mirada de la Comunicación Estratégica desde la perspectiva de las Ciencias de la Complejidad.

El pensamiento moderno ha restringido lo corporal a lo biológico a separado el hombre de la naturaleza y unidimensionalizado la experiencia corporal. Se trata de un pensamiento analítico, lineal y disciplinar o conductual mientras que la Comunicación Estratégica propone un modelo de indagación autoorganizado, procesual, situado, contextual y fluido, contemplando las acciones de la vida cotidiana.

Por lo tanto, nuestra investigación llevará adelante un proceso sistémico, complejo adaptativo y evolutivo para propiciar una estrategia de comunicación que actúe como dispositivo complejo entre los entramados sociales de Epyca y entre ellos y la comunidad.

Las estrategias son “...algoritmos fluidos del cambio social conversacional” (Massoni 2015. P. 5) que se manifiestan en dos momentos: el encuentro de los saberes y el encuentro de los actores. El primer momento es un algoritmo porque define un conjunto de instrucciones, ordenadas y finitas que permite propiciar el cambio social en pasos sucesivos. El segundo momento lo es en tanto propicia la vinculación con las

alteridades existentes como auto dispositivos colectivos.

Un dispositivo es una especie de red que se establece entre un conjunto de elementos heterogéneos, que comprenden lo dicho y lo no dicho y lo hecho. En esta red se sitúa la naturaleza del vínculo que existe entre los componentes, es la relación que se establece entre los elementos que lo componen, según Deleuze (1990) citando Foucault (1990).

Vamos a proponer una nueva visión a partir de la consideración de la existencia de redes fluidas que nos permite considerarnos partes indisociables del universo entendido como un entramado vital.

Por otra parte, según el Profesor Sotolongo (2017) estamos en presencia de un cambio de época, un cambio cualitativo en la forma de producir bienes materiales y bienes culturales, donde se manifiesta un cambio en la “episteme” y un cambio en las acciones diarias de la vida cotidiana.

Este fenómeno repercute en los entramados conformados por Epyca, que se constituyen como un conjunto de prácticas geográficamente cercanas que desarrollan una estrategia común tendiente a promocionar vida con calidad en su territorio de influencia. Los entramados surgen de articulaciones previas denominadas anclajes.

Como entendemos que la complejidad emerge del desequilibrio, si no complejizamos la vida cotidiana los entramados no se complejizan y por lo tanto la sociedad no se complejiza.

Por lo tanto, para determinar el problema de nuestra investigación entonces debemos preguntarnos por qué sucede lo que sucede y por qué no sucede lo que no sucede.

Para ello debemos implementar un pensamiento crítico para no dejar que las cosas ocurran como no deben ocurrir y ocurran como deben ocurrir.

Debemos poner en juego un pensamiento de la implicación tal que el de la causalidad es insuficiente, hasta ahora desde Epyca se trabajó desde esta última perspectiva y no se propició fuertemente la implicación de cada uno de sus integrantes.

La Fundación Epyca es una institución y como tal un ordenamiento, un régimen paralelo y concomitante de prohibitividades y permisividades, en palabras de Sotolongo (2017).

Como tal estructura las relaciones sociales entre quienes la conforman y las arquetipiza para ordenar su reproducción. Los que institucionalizan son los empoderados, satisfechos y legitimados.

Lo que intentaremos propiciar es que estos componentes arquetipizados hasta ahora, convertidos en agentes de la morfostasis se conviertan en “actores de morfogénesis” generadores de nuevas estructuras sociales.

Como todo cambio implica una dimensión comunicacional, se pueden promover desde lo local, desde el interior de cada entramado desde la propia interacción social con copresencia porque desde allí se propone el encuentro sociocultural, desde la vinculación social, desde donde pueden desarrollare diferentes prácticas, entre ellas las comunicacionales.

Los entramados como conjunto de prácticas geográficamente cercanas que desarrollan una estrategia común tendiente a promocionar vida con calidad en su territorio de influencia. Suren, como ya lo anticipamos de articulaciones previas denominadas anclajes.

Y como de cambios se trata, debemos mencionar la que Sotolongo (2017) denomina “Conflicto de atractores de las dinámicas sociales.

Las expectativas mutuas de comportamiento sobre las cuales construimos nuestra vida cotidiana, van conformando pautas recurrentes de comportamiento denominados patrones de comportamiento que son a su vez patrones de interacción social de la vida cotidiana.

Estos son de carácter procesual por lo cual sus características son de índole dinámico, a esta dinámica Sotolongo (2017) la denomina “atractora”, o sea que algún patrón de interacción social se transforma en un atractor hacia el cual los integrantes de una sociedad se ven atraídos por medio de las expectativas mutuas.

Estos atractores pueden ser considerados de cuatro tipos diferentes: los atractores fijos o puntuales que se asocian con lo rutinario, el reposo, el equilibrio, no producen nuevas emergencias; los atractores cíclicos o periódicos, donde los procesos se vuelven a reiniciar, son recorridos cíclicos; estos dos son los estudiados por la ciencia tradicional, son predictivos y como tales lineales; un tercer atractor es el raro, extraño o caótico que se opone al fijo o puntual, en el todo cambia todo el tiempo para bien o para mal; y finalmente el atractor al borde del límite o caos (o de la inestabilidad como propone Sotolongo), que supone salir de la estabilidad pero no tanto y es el que vamos a propiciar para los patrones de interacción social de los entramados de nuestro territorio.

Presentan cuatro características: optimizan la conectividad entre los componentes, optimizan el procesamiento de la información, optimizan la gama de alternativas y optimizan la adaptabilidad.

Toda comunicación estratégica está atraída por alguno de los atractores, pero si tributa a la complejidad debe ser al atractor raro extraño o caótico o al atractor al límite de la inestabilidad.

En nuestro caso la estrategia comunicacional propiciada por la investigación debe orientarse de acuerdo a los cambios desde su carácter de práctica social colectiva que se implementa desde lo local hacia lo global.

Los sistemas identitarios que objetivan la naturaleza social emergen de las maneras en que están conformadas las estructuras de sentido que a su vez se crean a partir de las formas en que los actores construyen la realidad social a partir de interacciones en la vida cotidiana.

A partir del precedente concepto queremos poner en cuestión para nuestro trabajo el fenómeno de la geometría fractal en función de tales identidades. A partir de los postulados de Benoit Mandelbrot (1993), se sostiene que la geometría fractálica es el fundamento de todas las formas en las que se manifiesta la naturaleza, es la geometría y la cronometría del mundo real, en contraposición a la geometría euclidiana que es la de un mundo formal, es una simplificación que le ha servido a la ciencia de la modernidad y no es suficiente para estudiar una realidad dinámica y compleja.

Esta geometría se observa claramente en el mundo natural pero también se extiende al mundo social. Observamos como los patrones de interacción social que se desarrollan sobre prácticas cotidianas de poder, deseo, saber y discurso que objetivizan y arquetipan presentan características de la fractalidad como lo son la autosimilaridad y la optimización del espacio.

Los fractales poseen invariancia de escala o autosimilaridad o sea que una o varias partes del objeto fractal son iguales al todo excepto por un cambio de escala y esto se observa en los patrones de interacción social.

El mundo se fractaliza cuando tiene que solucionar conflictos entre dinámicas antagónicas, los componentes de los patrones de interacción social actúan en forma

autoorganizada y se fractalizan para superar los conflictos optimizando los espacios. Una estrategia comunicacional contempla esta lucha entre sentidos opuesto y debe fractalizarse generando procesos de autosimilaridad y ocupar óptimamente los espacios.

Funciones del comunicador estratégico

Es en este momento donde proponemos reflexionar sobre la función del comunicador en este contexto y en el propio territorio de la investigación como agente propiciador de encuentros, en nuestro caso específico: entramados sociales.

El comunicador desde la perspectiva de la comunicación estratégica es precisamente un generador de espacios de encuentro operando como catalizador de experiencias de los actores sociales.

Los comunicadores deben aportar sus saberes para reconocer y promover esos encuentros en el contexto de un autodispositivo fluido que se despliega en su devenir.

Como ya lo anticipamos Deleuze (1990) a un dispositivo como una madeja compuesta por líneas de diferentes naturalezas que siguen direcciones diferentes y forman procesos siempre en desequilibrio.

Por otra parte, citando a Foucault, Deleuze (1990) sostiene que los dispositivos son como las máquinas de Raymond Roussel, máquinas para hacer ver y hablar, pero distingue el concepto de visibilidad sosteniendo que éste no hace referencia a una luz general que ilumina a los objetos preexistentes sino a líneas de luz que, para cada dispositivo, cada uno posee una particular que cae se esfuma y se difunde haciendo nacer o desaparecer el objeto que sin ella no existe.

Y en tercer lugar Deleuze (1990) sostiene que un dispositivo implica líneas de fuerza que rectifican las curvas anteriores, las envuelven, “...actúan como flechas que no cesan de penetrar las cosas y las palabras que no cesan de librar una batalla”. Se trataría en

este caso de la dimensión del poder del espacio interno del dispositivo y que es variable en cada dispositivo.

A partir del precedente concepto Massoni (2016) dice que los comunicadores deben afirmar su identidad "... en torno a la articulación, la interfaz, la hibridación, la mezcla, la frontera móvil que logra permear sus propios límites en tanto colectiva".

La primera función de los comunicadores estratégicos debe concentrarse primero en desplegar la mirada y la acción sobre el fenómeno comunicacional en su multidimensionalidad.

Como sostiene Massoni (2010) "...deberemos reconocer la inexistencia de una única verdad, la idea de que no hay verdades escindidas, que van siempre de la mano de una persona que las expone sea o no comunicador, se trata de un continuo pasar de una dimensión a otra y lo interesante de esta situación es que esa multidimensionalidad opera en toda situación de comunicación".

Así la misma autora reconoce, en una lista provisoria y no excluyente de dimensiones en su Tesis doctoral , que hay una dimensión informativa que actúa en línea y a partir de productos comunicativos, una dimensión interaccional que hace foco en los vínculos de los actores, corresponde al campo de las motivaciones y da cuenta de la comunicación como un proceso de producción de sentido; una dimensión ideológica que corresponde al universo de los discursos y da cuenta de las formaciones culturales e ideológicas desde lo supra estructural: y una dimensión sociocultural que actúa en el campo de la interacción social como fenómeno social de encuentros, de puesta en común de los actores sociales y colectivos

Otra de las funciones del comunicador estratégico es especificar el encuentro como "un cambio social conversacional". Como ya de alguna manera lo anticipamos la comunicación como encuentro, implica abordar lo complejo y lo fluido que moldean la relación intersubjetiva tan propia de lo comunicacional.

En ese sentido la Dra. Massoni (2014) reconoce que "... la conversación micro/macrosocial que se busca propiciar incluye también a seres no humanos: por ejemplo, el agua o la tierra en un proyecto ambiental. Se diferencia también porque una estrategia de comunicación es a la vez un proyecto de inteligibilidad, es decir de

comprensión y un dispositivo de interpelación de la heterogeneidad presente en la situación. No es un previo. No es escindido. No se reduce a los mensajes, su distribución, su análisis o su consumo”.

También corresponde a todo comunicador estratégico a continuación referenciar el pensamiento comunicacional latinoamericano, el pensamiento ambiental y los nuevos paradigmas de la ciencia.

En este caso como antecedentes científicos nos podemos referir a los dichos de Ángel Maya (1995), cuando sostiene que las ciencias sociales o las disciplinas humanísticas permanecen ancladas a la antigua racionalidad pre ambiental, que considera la sociedad como una entelequia sin raíces.

La perspectiva ambiental plantea una nueva manera de interpretar el pasado plantea su propia manera de percibir al mundo debido a la convicción de que las formas de organización social están vinculadas con la transformación tecnológica de los ecosistemas.

Carlos Galano (2008) indica que desde nuestra perspectiva se torna imperioso abrir las compuertas totalitarias del pensamiento único, cuyos lenguajes” condenaron al destierro a las diversidades ontológicas y epistemológicas”. (p. 7), sostiene que hay que resistirse a la seducción que la racionalidad instrumental ejerce sobre el pensamiento y entender que la pérdida de identidad de nuestro suelo nació en los dictados del pensamiento único y unidimensional.

Y finalmente fluir en tanto entender que el devenir es la modalidad dinámica del vínculo intersubjetivo, o sea: “propiciar la complejidad a partir de la comunicación como modalidad siempre abierta a nuevas acciones y sentidos compartidos”. (Massoni 2015, p.3).

Desde los manuales de metodología se clasifican distintos tipos de investigaciones a realizar para estudiar la comunicación. Entre ellas la Investigación exploratoria en comunicación, la investigación descriptiva en comunicación o la investigación explicativa en comunicación.

IV. CONSIDERACIONES SOBRE LAS METODOLOGÍAS DE LA COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA. TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS DE LA INVESTIGACIÓN ENACTIVA EN COMUNICACIÓN.

El tema de nuestra investigación consiste en “Analizar la multidimensionalidad de los procesos de construcción de entramados sociales en los procesos que desarrolla la Fundación EPyCA, para operar transformaciones de las modalidades de vinculación intersubjetiva entre sus actores y la sociedad y propiciar desde allí el encuentro sociocultural”.

Esos procesos comprenden el ensamble de prácticas (no siempre estables) que configuran determinado campo de fuerza social. En este caso: entramados de prácticas, entramados territoriales, entramados institucionales y entramados productivos.

Entendemos a los entramados sociales como conjunto de prácticas geográficamente cercanas que desarrollan una estrategia común tendiente a promocionar vida con calidad en su territorio de influencia. Los entramados surgen de articulaciones previas denominadas anclajes.

Un anclaje es una unidad organizativa territorializada conformada por organizaciones o personas que desarrollan un proceso de formación mediante sistematización presencial o virtual de la práctica de cada uno.

La Fundación EPyCA dirige sus esfuerzos a la creación de estrategias socio tecnológicas que se convierten en alteridades generadoras de prácticas innovadoras que permiten la potenciación y transformación de la vida.

Hasta el momento, en el territorio de nuestra investigación, y en alineación a los clásicos paradigmas, la labor del comunicador sólo se interpreta desde lo comunicativo, “Desde los paradigmas clásicos, la definición de lo comunicacional se restringía a lo comunicativo, se ocupaba sólo de las significaciones transmitidas y su registro se concentraba en la emisión o el análisis de los mensajes y sus circuitos de distribución”. (Massoni, 2016, pag.108)

A partir de la metodología de la comunicación estratégica, desde la metaperspectiva teórica de la Escuela de Comunicación Estratégica de Rosario con su oferta de técnicas y herramientas para acompañar el diseño de estrategias comunicacionales nos proponemos diagnosticar las condiciones que debe guardar un dispositivo comunicacional que se adapte a las diferentes situaciones de interacción entre las organizaciones sociales que interactúan en la Fundación EPyCA y la comunidad mediante la creación de entramados sociales.

En este sentido, la matriz científica de la Comunicación Estratégica se manifiesta como un espacio transdisciplinar, la cual “busca maneras de investigar sin escindir al hombre, más bien reconociéndolo como un actor en un mundo fluido” (Massoni 2013, pág 118).

Nos proponemos repensar lo comunicativo existente desde los supuestos de la comunicación estratégica para desplegarlo en torno a lo comunicacional, salir de la metáfora del mensaje para desplazarnos a la idea articuladora de red.

Se trata de hacer que los comunicadores que se desempeñan en nuestro territorio se alejen de la mirada lineal y unidimensional de lo exclusivamente informativo y reconozcan que no hay verdades únicas, sólo hay verdades situadas.

La Escuela de Comunicación Estratégica de Rosario define a la comunicación, según Sandra Massoni (2013), como un encuentro sociocultural en tanto espacio y momento relacionante de la diversidad macrosocial.

En tanto nuestro objeto de estudio se relaciona con la intersubjetividad presente en las interacciones presentes en los "Entramados" para quienes pretendemos propiciar el encuentro sociocultural, nos parece adecuada la utilización de esta metodología con sus técnicas y herramientas.

Pretendemos, como sostiene Massoni (2013), reubicar el objeto de estudio desde el paradigma de lo fluido, reconociendo la pauta que replican individuo y sociedad en las matrices socioculturales.

Nuestra investigación se inscribe en el tipo de investigación enactiva en

comunicación: en tal sentido Massoni (2015) señala que la misma "...busca analizar la multidimensionalidad del fenómeno comunicacional para operar transformaciones en las configuraciones actuales de las modalidades de vinculación intersubjetiva. Su objetivo es propiciar el encuentro en la diversidad como un cambio social conversacional que enactúa".

No pretendemos ni descubrir, ni explicar, ni explorar como proponen las investigaciones científicas tradicionales, la investigación enactiva propicia el encuentro sociocultural.

"La comunicación estratégica es una meta perspectiva que se ocupa del cambio social conversacional desde los nuevos paradigmas de la ciencia. Rebase a las teorías y metodologías clásicas de la comunicación que se restringen al estudio de lo comunicativo y propone abordar la multidimensionalidad de lo comunicacional como encuentro de la diversidad" (Massoni 2013)

Desde el momento en que nuestra investigación pretende establecer una estrategia de comunicación para los "Entramados" de la Fundación EPyCA, es preciso determinar a qué nos referimos con el término estrategia.

Desde la Teoría de la Comunicación Estratégica de la Escuela de Rosario se propone, a partir de la investigación enactiva (IEC), considerar a las estrategias como "dispositivos"

Para Deleuze (1990), los dispositivos son "máquinas de hacer ver y para hacer hablar", en otros términos y según el mismo autor son artificios cuya configuración habilita la visibilidad de algo que no preexiste, sino que emerge con el dispositivo.

Pretendemos hacer surgir con la aplicación de este dispositivo flujos dinámicos y constantes de comunicación entre los entramados y entre estos y la sociedad.

No se trata de aplicar un plan elaborado como dice Massoni (2013), sino un dispositivo flexible que esté atento a lo situacional en tanto espacio fluido, habitado y en el coexisten alteridades socioculturales.

Utilizaremos la estrategia de comunicación propuesta por la Escuela de Rosario y sus pasos: Versión Técnica del problema Comunicacional, (VTC), (Massoni, 2013), Análisis de Matrices Socioculturales (MS), (Massoni, 2013), Diagnóstico y prescripción mediante Marcas de Racionalidad Comunicacional (MRC), (Massoni 2013), y Árbol de soluciones (Massoni 2013) para las distintas matrices socioculturales identificadas.

Aplicar una estrategia comunicacional implica entre otras cuestiones hacer un trabajo transdisciplinario y multiparadigmático, (Massoni, 2013, p. 212) no puede quedar reducido a una sola mirada, debe integrar diferentes saberes y dominios para propiciar el encuentro. La Dra. Massoni en su publicación "Metodologías de la comunicación estratégica señala algunas características del modelo de comunicación estratégica:

En primer lugar, como abarca diversas dimensiones de la comunicación, es integrador, en segundo lugar, evita las dispersiones de las capas institucionales debido a su propuesta participativa.

Además, promueve cambios a mediano y corto plazo mediante la planificación de objetivos a lograr por parte de sus actores y finalmente especifica las metas en torno a la innovación en acciones, programas y proyectos que permiten la autoevaluación.

Es preciso determinar también las diferencias entre las técnicas, herramientas y diagnósticos de la investigación tradicional y los de la IEC.

Entre las técnicas de investigación tradicionales podemos mencionar a las entrevistas, el análisis de fuentes documentales, la observación participante, el análisis del discurso, los grupos focales y las entrevistas a informantes claves entre otras.

A diferencia, la IEC propuesta por la Escuela de Rosario propone las técnicas mencionadas precedentemente.

En cuanto a las diferencias entre la metaperspectiva de la comunicación estratégica y los diagnósticos tradicionales podemos mencionar entre otras:

Mientras el diagnóstico tradicional reconoce y enlista receptores, la comunicación estratégica reconoce actores sociales con intereses y necesidades diversas; el diagnóstico tradicional busca instalar mensajes y la comunicación estratégica conversar en la alteridad, en este mismo caso el diagnóstico tradicional niega la alteridad mientras que la comunicación estratégica reconoce al otro sin querer transformarlo. En la investigación tradicional el foco se pone en los productos y en la comunicación estratégica en los procesos.

El diagnóstico tradicional no integra al investigador mientras que la comunicación estratégica si lo integra. Sólo un aspecto de la problemática es abordado por la investigación tradicional mientras que la comunicación estratégica integra diversos niveles y componentes.

Y finalmente la comunicación estratégica propicia el diálogo de saberes y la complejidad creciente del mundo en comparación con los diagnósticos tradicionales que solo propician la simplicidad y el dominio.

Investigación enactiva. El análisis de la multidimensionalidad del fenómeno comunicacional en nuestro territorio

“La Escuela de Comunicación Estratégica de Rosario propone una nueva categoría más pertinente al objeto de estudio de las Ciencias de Comunicación como disciplina científica que es la investigación enactiva en comunicación”. (Massoni 2015, p.4)

En relación con los conceptos precedentemente expuestos se propone a esta metodología de investigación como un abordaje del proceso investigativo desde las acciones y no como un inventariado de lo real, se propicia el diálogo de saberes desde las dinámicas de la complejidad.

Teniendo en cuenta este análisis multidisciplinar del fenómeno comunicacional a partir de una misión transformacional de las vinculaciones intersubjetivas vemos absolutamente oportuna su aplicación a nuestra investigación.

Nos proponemos propiciar un dispositivo comunicacional a manera de

reconfiguración espacio-temporal mediante la creación de entramados sociales.

No pretendemos ni descubrir, ni explicar, y la IEC al respecto rebasa las formas típicas de las investigaciones tradicionales, se sustenta en las teorías de la comunicación, entiende a ésta como encuentro sociocultural y propicia este encuentro.

Este modelo propone una estrategia desarrollada en dos momentos. Entendiendo que cada uno de ellos son algoritmos fluidos, en el primero se da el encuentro de los saberes disponibles para la situación abordada y en el segundo se produce el encuentro de los actores que habitan el territorio.

Las estrategias son “...algoritmos fluidos del cambio social conversacional” (Massoni 2015. P. 5) que se manifiestan en dos momentos: el encuentro de los saberes y el encuentro de los actores. El primer momento es un algoritmo porque define un conjunto de instrucciones, ordenadas y finitas que permite propiciar el cambio social en pasos sucesivos. El segundo momento lo es en tanto propicia la vinculación con las alteridades existentes como auto dispositivos colectivos.

1. Versión técnica comunicacional (VTC)

1A: Frase núcleo del problema:1A: Frase núcleo del problema:

TABLA N°1	
VTC – VERSIÓN TÉCNICA COMUNICACIONAL	
DEL PROYECTO: Programa “Entramados” de Fundación Epyca	
FRASE NÚCLEO DEL PROBLEMA	
Tema	Estrategia comunicacional para los Entramados Sociales de la Fundación Epyca
Para quién	

	Fundación Epyca
Frase núcleo de la VTC	Falta de circuitos comunicacionales entre los distintos programas de la fundación y con la comunidad.

Fuente de la tabla: Elabaoación propia en base a Massoni 2013

A partir de la determinación de nuestro tema y para quien va dirigido: “Estrategia comunicacional para los Entramados Sociales de la Fundación Epyca”, despejamos mediante una frase núcleo que es aquello que está obstaculizando hoy la transformación que estamos buscando . En nuestro territorio la falta de circuitos comunicacionales entre los distintos programas de la Fundación y con la comunidad.

1B: Componentes del Problema

TABLA N° 1 B VTC – VERSIÓN TÉCNICA COMUNICACIONAL DEL PROYECTO: Estrategia Comunicacional para el proyecto "Entramados" de la Fundación Epyca. COMPONENTES DEL PROBLEMA		HERRAMIENTA N° 2 Abril/2017
Frase núcleo de la VTC: Falta de circuitos comunicacionales entre los distintos programas de la Fundación y con la comunidad.		
Componentes	Aspectos	
Componente 1: Comunicacional	1.1: Falta de estrategia comunicacional integral.	
	1.2: Realización de acciones "comunicativas" aisladas y puntuales.	

	1.3: Desconsideración de la multidimensionalidad. 1.3.1 Exclusividad de la dimensión informativa. 1.4. Congreso como única alternativa de encuentro sociocultural.
Componente 2: Político/Institucion ales	2.1: Falta de decisión desde la gestión en cuanto a la implementación de una estrategia comunicacional.
	2.2: Existencia de una estructura burocrática que obstaculiza la visión y la implementación de una estrategia comunicacional.
	2.3: Falta de intercambio comunicacional entre los entramados y la comunidad.
Componente 3: Socio/Culturales	3.1: Falta de cuestionamiento por parte de los actores acerca de la comunicación institucional.
	3.2: Falta de propuestas innovadoras desde cada uno de los entramados
Componente 4: Técnico	4.1: Inaccesibilidad a las tic's por parte de muchos de los actores involucrados.
	4.2: Desconocimiento de lenguajes específicos para la elaboración y lectura de material comunicacional.

Fuente de la tabla: Elabaoración propia en base a Massoni 2013

Podemos observar como nuestro problema de característica multidimensional presenta distintos componentes asociados. En principio el comunicacional con sus aspectos diversos pero que en definitiva no contemplan la multidimensionalidad. El componente Político/ Institucional que se observa a partir fundamentalmente desde su aspecto estructural que obstaculiza la mirada estratégica. El componente Socio/Cultural que se presenta a través de la inexistencia de cuestionamientos sobre lo establecido culturalmente y, finalmente el componente Técnico que presenta aspectos relacionados con el desconocimiento de lenguajes y prácticas destinados a a la producción de sentidos

TABLA 1 C VTC – VERSIÓN TÉCNICA COMUNICACIONAL DEL PROYECTO Programa “Entramados” de Fundación Epyca NIVELES DEL PROBLEMA POR COMPONENTE DE LA VTC		HERRAMIENTA N° 3 Abril/2017
Síntomas	2.1. La gestión no realizó ningún pedido de diseño de E.C. 2.2. Existencia de muchos obstáculos administrativos para realizar una comunicación. 2.3. Ni los otros entramados ni la comunidad tienen conocimiento de las actividades que llevan a cabo.	
Consecuencias	2.1. Falta de visibilización de las actividades desarrolladas por los entramados. 2.2. Demoras en las acciones comunicativas. 2.3. Dificultad para generar espacios de encuentro.	
Componente de la VTC: Político / Institucional	2.1. Falta de decisión desde la gestión en cuanto a la implementación de una estrategia comunicacional. 2.2. Existencia de una estructura burocrática que obstaculiza la visión y la implementación de una E.C. 2.3. Falta de intercambio comunicacional entre los entramados y con la comunidad.	
Causas próximas	2.1. Históricamente no ha habido un área de Comunicación. 2.1.1. Mayor jerarquización de otras acciones por sobre las comunicacionales. 2.2. Desinterés histórico por la existencia de una estructura comunicacional. 2.3. Falta de una infraestructura comunicacional.	
Causas básicas	2.1. Histórica escasez de espacios comunicacionales en las ONGs	

Fuente de la tabla: Elabaoación propia en base a Massoni 2013

Para el componente Político/Institucional los niveles del problema dejan ver un síntoma vinculado con el desconocimiento de las actividades realizadas en los diferentes entramados y como consecuencia, la demora o la falta de implementación de una estrategia comunicacional. Entre sus causas próximas podemos destacar la inexistencia de un área de comunicación y sus causas básicas o estructurales las podemos rastrear en la histórica escasez de espacios para la comunicación en las organizaciones del tercer nivel.

TABLA 1C VTC – VERSIÓN TÉCNICA COMUNICACIONAL DEL PROYECTO ; Programa Entramados de Fundación Epyca NIVELES DEL PROBLEMA POR COMPONENTE DE LA VTC		HERRAMIENTA N°3 Abril/2017
Síntomas	1.1. Error en la selección de medios para las comunicaciones 1.2. No se tienen en cuenta a determinados actores en las comunicaciones. 1.3. Sólo transmisión de información. 1.3.1. Los datos transferidos solo tienen en cuenta algunos aspectos a comunicar. 1.4. Los que no asisten a los Congresos solo participan de una comunicación parcial e incompleta.	
Consecuencias	1.1 Baja concurrencia a los eventos. 1.2 Entramados que no son participados de determinadas acciones de la ONG.	
Componente de la VTC: Comunicacional	1.1. Falta de estrategia comunicacional integral. 1.2. Realización de acciones "comunicativas" aisladas y puntuales. 1.3. Desconsideración de la multidimensionalidad. 1.3.1. Exclusividad de la dimensión informativa. 1.4. Congreso como única alternativa de encuentro sociocultural	
Causas próximas	1.1. Inexistencia de estrategia comunicacional 1.2. Sólo se consideran comunicables los eventos importantes 1.3. Convencimiento sobre la transferencia de datos como recurso más efectivo. 1.3.1. Desconocimiento del resto de las dimensiones comunicacionales. 1.4. Desconocimiento sobre la posibilidad de encuentros más acotados	
Causas básicas	1.1. Réplica histórica de modelos comunicativos ya desarrollados 1.2. Desconsideración de la multidimensionalidad comunicacional.	

Fuente de la tabla: Elabaoración propia en base a Massoni 2013

En este componente los niveles del problema ponen de manifiesto que la información es la única dimensión contemplada y su consecuencia es la falta de participación del resto de los entramados no contemplados en las comunicaciones de este tipo, esto se debe fundamentalmente a que en las causas próximas detectamos el desconocimiento estructural del resto de las dimensiones en los procesos comunicacionales. Finalmente podemos relacionar esta falencia con la réplica histórica de otros modelos ya utilizados por otras ONG's de carácter unidimensionales.

TABLA N° 1C VTC – VERSIÓN TÉCNICA COMUNICACIONAL DEL PROYECTO Programa Entramados de Fundación Epyca NIVELES DEL PROBLEMA POR COMPONENTE DE LA VTC		HERRAMIENTA N°3 Abril/2017
Síntomas	3.1 Poca participación en la toma de decisiones sobre los eventos y acciones comunicar. 3.2 Recurrencia a antiguas recetas para comunicar.	
Consecuencias	3.1 Decisiones comunicacionales no compartidas 3.2 Piezas comunicacionales obsoletas.	
Componente de la VTC: Socio/Cultural	1. Falta de cuestionamiento por parte de los actores acerca de la comunicación institucional. 2. Falta de propuestas innovadoras desde cada uno de los entramados	
Causas próximas	3.1 No se cree necesario cambiar el esquema ya probado para la comunicación. 3.2 Permanencia en la labor comunicativa de las mismas personas	
Causas básicas	3.1 Falta de evaluación ante cada hecho comunicativo desde siempre 3.2 Descreimiento histórico en la importancia de una estrategia comunicacional	

Fuente de la tabla: Elabaoación propia en base a Massoni 2013

En este componente los síntomas como la poca participación en la toma de decisiones orgánicas y eventuales pesan a la hora de elaborar las piezas comunicativas, en este caso. La falta de movilidad del personal afectado a las tareas de comunicación es una de las causas próximas que deriva de una causa básica como el descreimiento en el funcionamiento de una estrategia comunicacional

TABLA N° 1C VTC – VERSIÓN TÉCNICA COMUNICACIONAL DEL PROYECTO Programa Entramados de Fundación Epyca NIVELES DEL PROBLEMA POR COMPONENTE DE LA VTC		HERRAMIENTA N°3 Abril/2017
Síntomas	4.1 Poca interacción en redes sociales 4.2 Repetición de formatos y estilos en formas y contenidos	
Consecuencias	4.1 Escasa interactividad 4.2 La comunicación no se visibiliza entre el gran flujo comunicacional externo existente.	
Componente de la VTC: Técnico	1: Inaccesibilidad a las tic's por parte de muchos de los actores involucrados. 2: Desconocimiento de lenguajes específicos para la elaboración y lectura de material comunicacional.	
Causas próximas	4.1 Y 4.2 2: Desinterés en la capacitación para el uso y apropiación de las Tic's	
Causas básicas	4.1. Adopción de esquemas comunicativos unidimensionales 4.2. Escasa destinación de recursos para tecnologías de la comunicación.	

Fuente de la tabla: Elabaoración propia en base a Massoni 2013

Los síntomas que indican la escasa participación en las redes se ven expuestos en la información que se pierde entre el exponencial flujo comunicacional existente. La falta de capacitación como causa próxima y la mínima destinación de fondos para los recursos necesarios se ven reflejados en las consecuencias.

TABLA 1 D VTC – VERSIÓN TÉCNICA COMUNICACIONAL DEL PROYECTO Programa Entramados de Fundación Epyca VTC SINTETICA		HERRAMIENTA N°4 Abril/2017
Síntomas	1.1. No se tienen en cuenta a determinados actores en la comunicación. 1.2. Sólo transmisión de información. 1.2.1 Los datos transferidos solo tienen en cuenta algunos aspectos a comunicar. 1.3. Los que no asisten a los Congresos solo participan de una comunicación parcial e incompleta. 2.1. La gestión no realizó ningún pedido de diseño de E.C. 2.2. Existencia de muchos obstáculos administrativos para realizar una comunicación 2.3. Ni los otros entramados ni la comunidad tiene conocimiento de las actividades que llevan a cabo. 3.1. Poca participación en la toma de decisiones sobre los eventos y acciones a comunicar. 3.2. Recurrencia a antiguas recetas para comunicar. 4.1. Poca interacción en redes sociales 4.2. Repetición de formatos y estilos en formas y contenidos	
Consecuencias	1.1. Baja concurrencia a los eventos. 1.2. Entramados que no son participados de determinadas acciones de la ONG. 1.2.1 Falta de visibilización de las actividades desarrolladas por los entramados 2.1 Demoras en las acciones comunicativas 2.1.1 Falta de articulación dentro de la institución y con la comunidad 2.1.2 Dificultad para generar espacios de encuentro 3.1. Decisiones comunicacionales no compartidas 3.2. Piezas comunicacionales obsoletas 4.1. Escasa interactividad 4.2. La comunicación no se visibiliza entre el gran flujo comunicacional existente	
Frase núcleo de la VTC	Falta de circuitos comunicacionales entre los distintos programas de la Fundación Epyca y con la comunidad.	
Componentes del problema	1. Comunicacional 2. Político/ Institucional 3. Socio/Cultural 4. Técnico	

Causas próximas	1.1. Inexistencia de estrategia comunicacional 1.2. Sólo se consideran comunicables los eventos importantes 1.3. Convencimiento sobre la transferencia de datos como recurso más efectivo. 1.3.1. Desconocimiento del resto de las dimensiones comunicacionales. 1.4. Desconocimiento sobre la posibilidad de encuentros más acotados. 2.1. Inexistencia de un área de Comunicación 2.1.1. Mayor jerarquización de otras acciones por sobre las comunicacionales 2.2. Falta de un organigrama y un sociograma de la institución 2.3. Falta de una infraestructura comunicacional 2.3.1. Extensión geográfica de la institución. 3.1. No se cree necesario cambiar el esquema ya probado para la comunicación. 3.2. Permanencia en la labor comunicativa de las mismas Personas. 4.1. Desinterés en la capacitación para el uso y apropiación de las Tic's
Causas básicas	1.1. Réplica histórica de modelos comunicativos ya desarrollados 1.2. Desconsideración de la multidimensionalidad comunicacional 2.1. Histórica escasez de espacios comunicacionales en las ONGs. 3.1. Falta de evaluación ante cada hecho comunicativos desde siempre 3.2. Descreimiento histórico en la importancia de una estrategia comunicacional 4.1. Adopción de esquemas comunicativos unidimensionales 4.2. Escasa destinación de recursos para tecnologías de la comunicación.

Fuente de la tabla: Elabaoración propia en base a Massoni 2013

Análisis y prescripción mediante Marcas de Racionalidad Comunicacional (MCR).

El análisis y prescripción mediante Marcas de Racionalidad Comunicacional (MRC) es una técnica de la comunicación estratégica que nos ofrece un doble registro: diagnóstico y operación” (Massoni 2015, p. 6).

Nos proponemos aplicar la técnica seleccionada para el momento del diagnóstico de las modalidades del encuentro existente en la situación de nuestro territorio y observar mediante su aplicación todo lo relacionado con otro de los objetivos específicos de la investigación: Analizar el sistema de marcas reconocidas para determinar la conceptualización de la situación comunicacional en el territorio.

Las marcas pueden operar desde las distintas dimensiones comunicacionales. Las más habituales según la lista provisoria y no excluyente presentada por Massoni (2012) en su Tesis doctoral son: La dimensión informativa actúa en línea y a partir de productos comunicativos, aporta a la transferencia; la dimensión ideológica aporta a la sensibilización o a la denuncia; la dimensión interaccional que hace foco en los vínculos de los actores aporta a la participación y al empoderamiento y la dimensión sociocultural que pone en marcha transformaciones en torno a problemas situados y promueve redes imbricando a su vez distintas dimensiones.

Como dice (Massoni 2015) “Las Marcas de racionalidad son huellas observables comunicacionalmente que son índices de la concepción teórica que está articulando el encuentro en la situación”.

Las MCR más habituales observables en el territorio de la construcción de entramados sociales encarado por la Fundación EPyCA, objeto de la presente investigación, según (Massoni 2015) son la, linealidad donde la comunicación se encuentra organizada en torno a un contenido previamente establecido, la horizontalidad donde todos los integrantes están igualmente habilitados para participar de la comunicación, la segmentación en la cual se diferencian emisores, productos comunicacionales y receptores; la interacción de sujetos

dónde los actores protagonistas son individuos: la heterogeneidad donde todo se organiza en base a redes heterárquicas y autoorganizadas; la multiplicidad donde se rebasa la exploración representacionista e incluye a las emociones; la intersubjetividad en tanto los actores protagonistas son matrices socioculturales que comportan una modalidad fractálica y autopoioética del cambio.

La Fundación EPyCA dirige sus esfuerzos a la creación de estrategias sociotecnológicas que se convierten en alteridades generadoras de prácticas innovadoras que permiten la potenciación y transformación de la vida. En ese contexto los espacios y las piezas de comunicación utilizadas son el sitio web oficial (<http://infusion.com.ar>), plataforma de interacciones productivas, videos promocionales, institucionales, folletería on line, libros, campamentos de trabajo productivos, Mingas, pre Congresos y Congresos.

Aplicación de la técnica de Análisis y Prescripción de Marcas de Racionalidad en nuestro territorio.

Según Massoni (2015) se establecen una serie de pasos y procedimientos en la aplicación de la técnica Análisis y prescripción mediante marcas de racionalidad comunicacional y son los siguientes:

Paso 1:

Enlistar todos los espacios y productos/piezas de comunicación que son habituales. En el caso de nuestro territorio, el de la Fundación Epyca los espacios y las piezas de comunicación utilizadas son el sitio web oficial (<http://infusion.com.ar>), plataforma de interacciones productivas, videos promocionales, institucionales, folletería on line, libros, campamentos de trabajo productivos, Mingas, pre Congresos y Congresos.

Dimensiones de la comunicación más Habituales en EPyCA	Marcas de racionalidad comunicacional más habituales en EPyCA
Dimensión informativa En: videos promocionales, videos institucionales, folletería on line,	Linealidad, verticalidad, segmentación, comunicación operativa.
Dimensión ideológica En: Edición de Libros	Linealidad, segmentación, verticalidad, denuncismo.
Dimensión interaccional. En: RePraSis : plataforma virtual (www.reprasis.org), campamentos de trabajo productivos, Mingas, pre Congresos y Congresos. Redes sociales (Facebook), : @fundacionepyca , (Twitter) @fundacionEPyCA	Horizontalidad, Interacción de sujetos.
Dimensión comunicacional. En: web oficial http://www.epyca.org.ar/ y Facebook: @fundacionepyca	heterogeneidad, redes, intersubjetividad, enacción comunicacional

Tomaremos en particular un ejemplo de la folletería on line, más precisamente el material de difusión del V y el VI Congreso Latinoamericano de Prácticas Estratégicas.



Estas piezas se difunden en el Facebook de la Fundación, se envían por correo electrónico y se instalan en la web de Epyca meses previos a cada evento de carácter anual.

Paso 2:

Este paso requiere el análisis comunicacional o sea “...examinar la modalidad del encuentro propia de la pieza o el espacio, correlacionando los recursos comunicacionales que se ponen en juego en torno a cada marca de racionalidad comunicacional reconocida”. (Massoni 2015. P. 10).

En nuestro caso específico las marcas de racionalidad comunicacional emergente son: la Verticalidad ya que se distingue un emisor jerarquizado como fuente que es la Fundación Epyca, y la Linealidad ya que esta modalidad está organizada en torno a un contenido previamente establecido y a una determinada semantización presente en el mapa de Latinoamérica con su particular estética, la tipografía y los colores muy similares en ambos folletos.

Paso 3:

Este paso tiene en cuenta el análisis del sistema de marcas reconocidas para determinar la conceptualización de la comunicación, presente en los afiches en este caso. A partir de allí reconocer la dimensión comunicacional e identificar el proceso comunicacional.

De las piezas analizadas, la linealidad y la verticalidad aportan a la configuración de un proceso comunicacional de transferencia ubicándose en la dimensión informativa, pero a su vez puede observar a partir de un mapa que no presenta fronteras, que es atravesado por una especie de hilo como parte de una trama que lo envuelve y desde el interrogante ¡hacemos patria!, un proceso discursivo que semantiza lo social que aporta entonces a la dimensión de ideología.

Paso 4:

Se trata de determinar la dimensión de la comunicación dominante. A partir del análisis precedente se puede determinar por la reiteración de los procesos que caracterizan los procesos comunicacionales que la dimensión informativa es la predominante y que se trasunta en los rasgos de transferencia predominantes sobre los discursivos y semánticos.

A partir de la selección de piezas usuales y no extraordinarias para el objetivo planteado por EPyCA en sendas oportunidades, no realizamos un análisis crítico sino un reconocimiento comunicacional para correlacionar los recursos utilizados en cada uno de los afiches y la configuración comunicacional lograda.

Se determinó qué hace comunicacionalmente esta configuración a partir de la linealidad manifestada y a partir del análisis del sistema de marcas pudimos determinar la racionalidad dominante y en consecuencia la dimensión comunicacional en la cual se configura el encuentro sociocultural.

En definitiva, entendemos a esta técnica de Marcas de Racionalidad Comunicacional como la “...llave de entrada a propiciar reconfiguraciones intersubjetivas en dimensiones múltiples que no implica un proceso ni jerárquico, ni incremental, ni secuencial, sino una consideración del encuentro como incidencia conjunta y fluida”. (Massoni 2015)

En este trabajo sólo exponemos uno de los momentos de la técnica que es el de diagnóstico de las modalidades del encuentro para las piezas de comunicación utilizadas en nuestro territorio quedando por estudiar la integración de recursos en otras dimensiones comunicacionales para propiciar otras modalidades.

Entendemos entonces que continuaremos a partir de este diagnóstico el desarrollo de una estrategia en tanto dispositivo o sea “un escenario de reconfiguraciones que provee mapas fluidos”. (Massoni 2015, p. 13) así, recorreremos el camino del reconocimiento y la interpelación

Finalmente asumiremos el rol de comunicador desde una perspectiva multiparadigmática que exige la ponderación crítica y valorativa de la multiplicidad.

Reconocimiento de Actores por Componentes del Problema

Con la aplicación de esta herramienta pretendemos dar respuesta a uno de nuestros objetivos específicos de la investigación que se proponía caracterizar los actores por componentes del problema comunicacional en los entramados sociales de Epyca.

TABLA 3A VTC – VERSIÓN TÉCNICA COMUNICACIONAL: RECONOCIMIENTO DE ACTORES POR COMPONENTE DEL PROBLEMA COMPONENTE: Político/Institucional DEL PROYECTO Programa Entramados de Fundación Epyca		HERRAMIENTA Nº5 ABRIL/2017
		Actores actualmente vinculados
Síntomas	2.1	Consejo Directivo. Área de Gestión
	2.2	Directivos de las instituciones que componen los entramados Integrantes de cada entramado social
	2.3	Comunidad de cada entramado
Consecuencias	2.1	Área de Gestión
	2.2	Comunidad de cada entramado
	2.3	Área de Gestión
	2.3.1	Área de Gestión Directivos de las instituciones que componen los entramados Integrantes de cada entramado social Comunidad de cada entramado Consejo Directivo Área de Gestión
Aspectos	2.1	Falta de decisión desde el Área de Gestión en cuanto a la implementación de una estrategia comunicacional.
	2.2	Existencia de una estructura burocrática en el Consejo Directivo y el Área de Gestión que obstaculiza la visión y la implementación de una E.C.
	2.3	Falta de intercambio comunicacional éntrelas Comunidades de los entramados y con la comunidad en general.
	2.1	Consejo Directivo Área de Gestión
	2.1.1	Área de Gestión
	2.2	Consejo Directivo Área de Gestión

Causas próximas	2.3	Consejo Directivo Área de Gestión Directivos de las instituciones que componen los entramados
	2.3.1	Consejo Directivo
Causas básicas	1	Consejo Directivo

Fuente de la tabla: Elabaoación propia en base a Massoni 2013

TABLA 3A VTC – VERSIÓN TÉCNICA COMUNICACIONAL DEL PROYECTO Programa Entramados de Fundación Epyca RECONOCIMIENTO DE ACTORES POR COMPONENTE DEL PROBLEMA COMPONENTE: Comunicacional		
		Actores actualmente vinculados
Síntomas	1.1	Consejo Directivo Área de gestión
	1.2	Área de Gestión
	1.3 y 1.3.1	Comunidad de cada entramado
	1.4	
Consecuencias	1	Comunidad de cada entramado Área de Gestión
	2 y 3	Consejo Directivo
Componente de la VTC: Comunicacional	2.1	2.1.1 Falta de estrategia comunicacional integral de parte del Área de Gestión 2.1.2 El Área de Gestión realiza acciones "comunicativas" aisladas y puntuales. 2.1.3 Desconsideración de la multidimensionalidad por parte del Consejo Directivo y el Área de gestión. 1.3.1 Exclusividad de la dimensión informativa en las acciones dispuestas por el Área de Gestión. 2.1.4 Congreso como única alternativa de encuentro para las Comunidades de cada entramado sociocultural
	2.2	
	2.3	
Causas próximas	1.1	Consejo Directivo
	1.2 y 1.3	Área de Gestión Consejo Directivo
	1.4	Área de Gestión
		Directivos de las instituciones que componen los entramados
Causas básicas	1.1	Consejo Directivo
	1.2	Área de Gestión

Fuente de la tabla: Elabaoración propia en base a Massoni 2013

TABLA 3A VTC – VERSIÓN TÉCNICA COMUNICACIONAL DEL PROYECTO Programa Entramados de Fundación Epyca RECONOCIMIENTO DE ACTORES POR COMPONENTE DEL PROBLEMA COMPONENTE: Sociocultural	
	Actores actualmente vinculados
Síntomas	1. Comunidad de los entramados 2. Área de Gestión
Consecuencias	Comunidad de cada entramado Área de Gestión y Consejo Directivo
Componente de la VTC: Sociocultural	1. Falta de cuestionamiento por parte de los actores acerca de la comunicación institucional. 2. Falta de propuestas innovadoras desde cada uno de los entramados
Causas próximas	1 y 2. Consejo Directivo
Causas básicas	1. Área de Gestión 2. Consejo Directivo

Fuente de la tabla: Elabaoración propia en base a Massoni 2013

TABLA 3A**VTC – VERSIÓN TÉCNICA COMUNICACIONAL DEL PROYECTO****Programa Entramados de Fundación Epyca****RECONOCIMIENTO DE ACTORES POR COMPONENTE DEL PROBLEMA****COMPONENTE: Técnico**

	Actores actualmente vinculados
Síntomas	1 y 2. Área de Gestión
Consecuencias	1. Área de Gestión y Comunidad de Entramados 2. Comunidad de Entramados
Componente de la VTC: Técnico	1. Inaccesibilidad a las tic's por parte de muchos de los actores involucrados Área de Gestión y Comunidad de Entramados. 2. Desconocimiento de lenguajes específicos para la elaboración y lectura de material comunicacional. Área de Gestión y Comunidad de Entramados .
Causas próximas	1 y 2. Consejo Directivo
Causas básicas	1. Área de gestión 2. Consejo Directivo

Fuente de la tabla: Elaboración propia en base a Massoni 2013

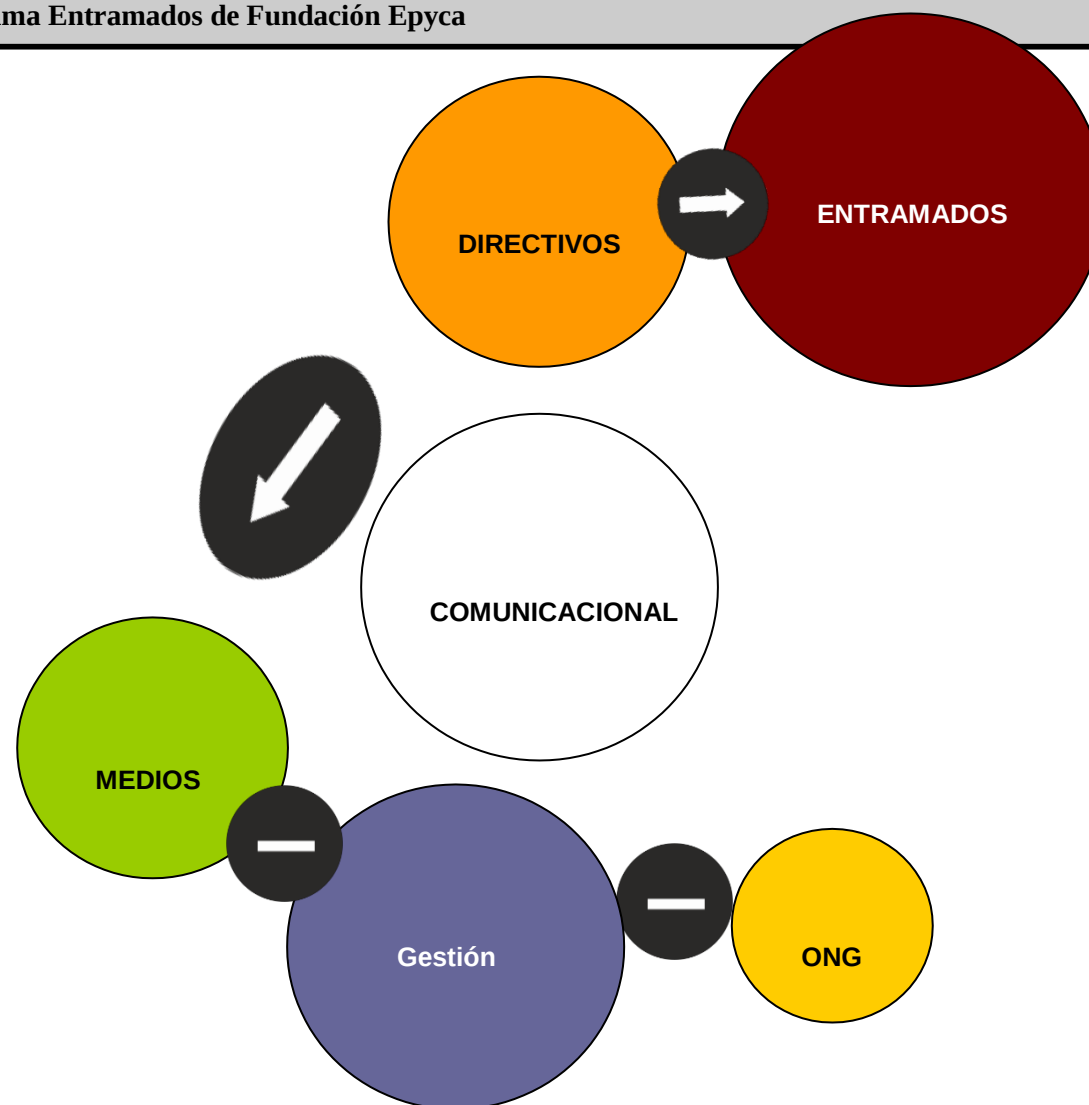
Por sus características ya mencionadas en capítulos anteriores la Fundación Epyca no presenta una estructura orgánica perfectamente delimitada. Pero se pueden distinguir en la informalidad algunos estamentos como el Consejo Directivo, el área de gestión, los directivos de cada entramado y la comunidad de los integrantes de cada entramado.

En este reconocimiento de actores por componentes del problema observamos que en el caso de los síntomas políticos institucionales todos los actores están involucrados, el Área de gestión se repite en todos los síntomas y la Comunidad de los Entramados sólo se presenta en los síntomas.

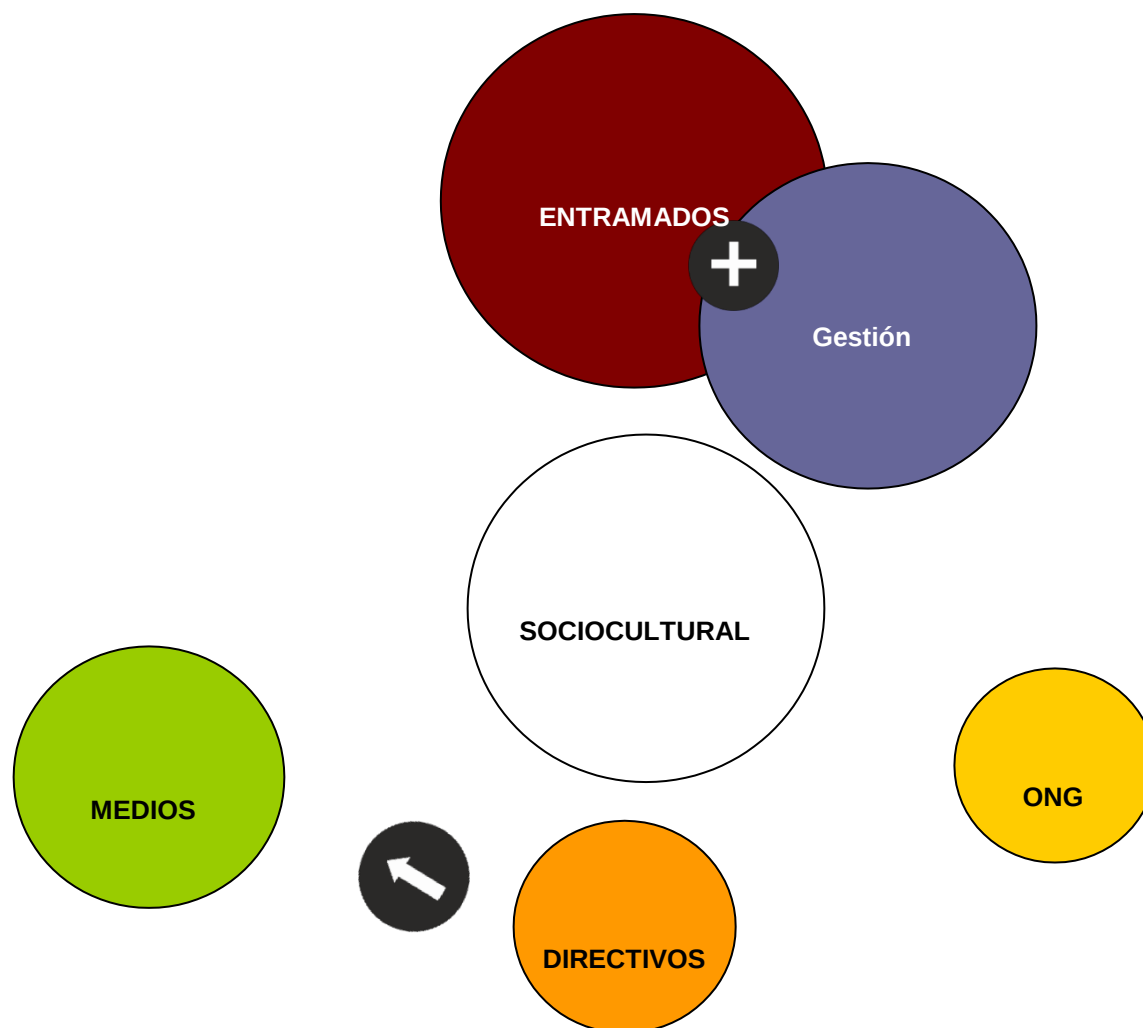
Se puede interpretar que los actores de los estratos dirigenciales están fuertemente relacionados en los distintos niveles del problema mientras que los integrantes de las comunidades de los entramados en muy pocos de ellos.



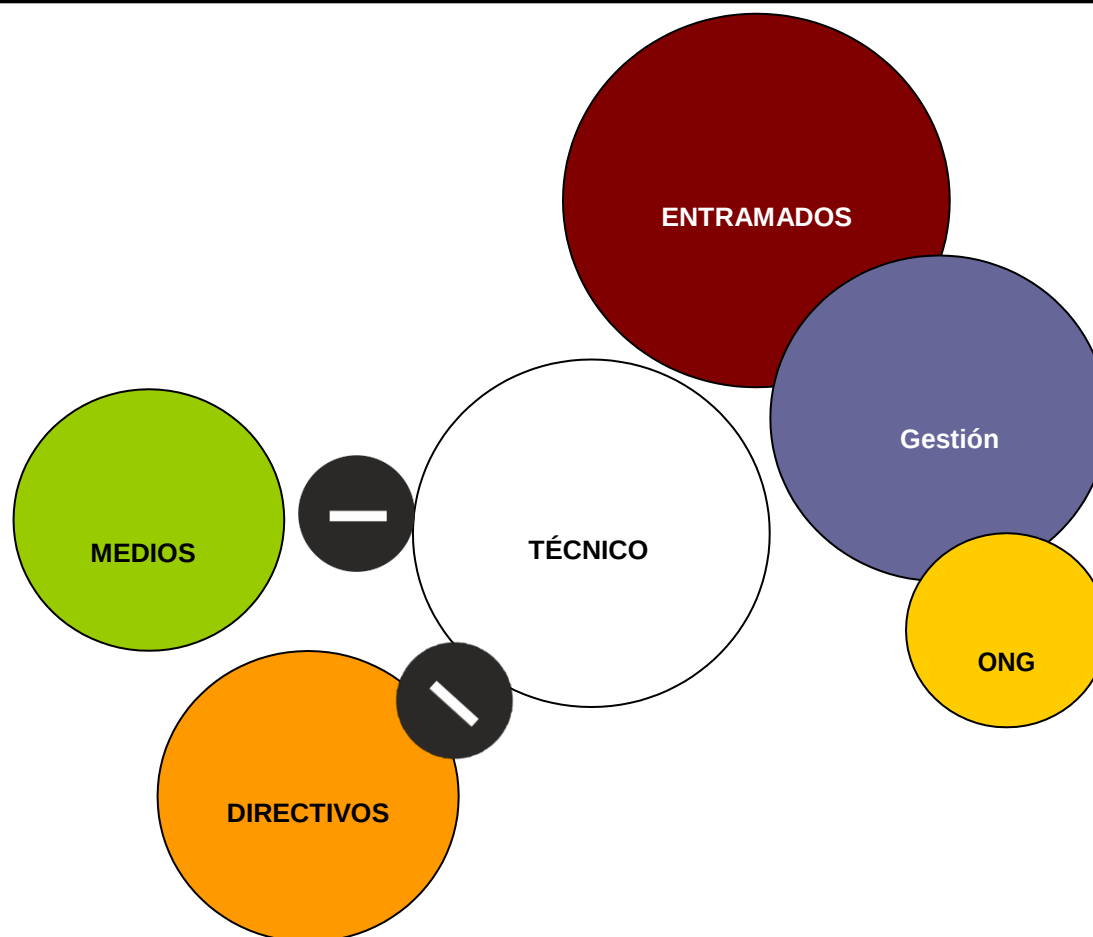
Fuente de la tabla: Elaboración propia en base a Massoni 2013



Fuente de la tabla: Elaboración propia en base a Massoni 2013



Fuente de la tabla: Elaboración propia en base a Massoni 2013



Fuente de la tabla: Elaboración propia en base a Massoni 2013

TABLA 4A RECONOCIMIENTO DE MATRICES SOCIOCULTURALES PROYECTO Programa Entramados de Fundación Epyca	HERRAMIENTA Nº6 Abril/2017
Los que gestionan	
Los que se entraman	
Los que dirigen	
Los que se benefician	

Fuente de la tabla: Elaboración propia en base a Massoni 2013

Este reconocimiento de Matrices Socioculturales nos aportará una mirada en base a las características específicas de las relaciones fluidas con el problema de los que gestionan, los que dirigen, los que se entraman y los que se benefician y a su vez su participación en la configuración de las identidades colectivas.

TABLA 4B CARACTERIZACIÓN DE MATRICES SOCIOCULTURALES PROYECTO Programa Entramados de Fundación Epyca		HERRAMIENTA Nº 7 Abril/2017
Matriz sociocultural: Los que gestionan		
Actores	Área de Gestión y Directivos de las instituciones que componen los entramados.	
Expectativas	Lograr que lo dispuestos por las autoridades en cuanto a una estrategia comunicacional alcance su mayor desarrollo.	
Necesidades	Contar con tecnología actualizada para producir y compartir contenidos. Un presupuesto que contemple una estrategia de comunicación.	
Intereses	Optimizar la comunicación para lograr el encuentro social entre los entramados y con la comunidad.	
Saberes	Conocimientos teóricos y prácticos para poner en funcionamiento una estrategia comunicacional.	
Emociones	Miedo (inquietud, desconfianza ante la necesidad de comunicar, ante los cambios provocados por la comunicación). Aversión (desdén por la necesidad de comunicar).	

Fuente de la tabla: Elaboración propia en base a Massoni 2013

Vemos como los que llevan adelante la gestión del proyecto Entramados, con una actitud de desconfianza, carecen de capacitación que les permita satisfacer la necesidad de contar con una estrategia comunicacional adecuada y propiciar el encuentro sociocultural.

TABLA 4B CARACTERIZACIÓN DE MATRICES SOCIOCULTURALES PROYECTO Programa Entramados de Fundación Epyca		HERRAMIENTA Nº 7 Abril/2017
Matriz sociocultural: Los que se entraman		
Actores	Los que integran las comunidades de los entramados	
Expectativas	Lograr una comunicación que los alcance a todos en forma clara, directa y ágil.	
Necesidades	Que desde la Comisión Directiva se determine que el Área de Gestión implemente una estrategia comunicacional.	
Intereses	Optimizar la comunicación para lograr el encuentro social entre los entramados y con la comunidad.	
Saberes	Conocimientos teóricos y prácticos para poner en funcionamiento una estrategia comunicacional.	
Emociones	Miedo (inquietud, desconfianza ante la necesidad de comunicar, ante los cambios provocados por la comunicación). Aversión (desdén por la necesidad de comunicar).	

Fuente de la tabla: Elaboración propia en base a Massoni 2013

A los actores que conforman los entramados les interesa optimizar la comunicación, pero dependen de una determinación de los sectores que gestionan y administran para participar en proyectos al respecto.

TABLA 4B CARACTERIZACIÓN DE MATRICES SOCIOCULTURALES PROYECTO Programa Entramados de Fundación Epyca		HERRAMIENTA Nº 7 Abril/2017
Matriz sociocultural: Los que dirigen		
Actores	Consejo Directivo y Área de Gestión	
Expectativas	Poder establecer una comunicación adecuada al propósito de construcción y mantenimiento del programa “Entramados”.	
Necesidades	Comprender la necesidad de una estrategia comunicacional y de convocar a profesionales especialistas en el tema.	
Intereses	Optimizar la comunicación para lograr el encuentro social entre los entramados y con la comunidad.	
Saberes	Conocimientos teóricos y prácticos para poner en funcionamiento una estrategia comunicacional.	
Emociones	Miedo (inquietud, desconfianza ante la necesidad de comunicar, ante los cambios provocados por la comunicación). Aversión (desdén por la necesidad de comunicar).	

Fuente de la tabla: Elaboración propia en base a Massoni 2013

Las emociones vinculadas con el miedo y la aversión ante el cambio o el desconocimiento paralizan las decisiones de este órgano para propiciar el encuentro social.

TABLA 4B CARACTERIZACIÓN DE MATRICES SOCIOCULTURALES PROYECTO Programa Entramados de Fundación Epyca		HERRAMIENTA Nº 7 Abril/2017
Matriz sociocultural: Los que se benefician		
Actores	Los integrantes de la comunidad de los entramados.	
Expectativas	Construir fluidamente el encuentro intersubjetivo.	
Necesidades	Capacitación para participar de la estrategia comunicacional.	
Intereses	Optimizar la comunicación para lograr el encuentro social entre los entramados y con la comunidad.	
Saberes	Conocimientos teóricos y prácticos para poner en funcionamiento una estrategia comunicacional.	
Emociones	Miedo (inquietud, desconfianza ante la necesidad de comunicar, ante los cambios provocados por la comunicación).	

Fuente de la tabla: Elaboración propia en base a Massoni 2013

Se puede observar como las emociones, dominadas por el miedo y la aversión, casi en todos los casos no dejan observar la necesidad de comunicar mejor y por lo tanto obstaculizan el encuentro social que resume las expectativas de la mayoría de las matrices.

TABLA 4C EMOCIONES POR COMPONENTE / ASPECTO DE LA VTC PROYECTO Programa Entramados de Fundación Epyca			HERRAMIENTA N° 8 abril/2017
Componente: Comunicacional			
Aspectos	Actores/Matrices	Emociones	
1.1. Falta de estrategia comunicacional integral.	Los que dirigen Los que gestionan	Miedo. Aversión	
1.2. Realización de acciones "comunicativas" aisladas y puntuales.	Los que dirigen. Los que gestionan. Los que se entranan	Miedo. Aversión	
1.3. Desconsideración de la multidimensionalidad. 1.3.1. Exclusividad de la dimensión informativa.	Los que dirigen. Los que gestionan.	Miedo. Aversión	
1.4. Congreso como única alternativa de encuentro sociocultural	Los que dirigen. Los que gestionan. Los que se entranan	Miedo. Aversión. Vergüenza	

Fuente: Elaboración propia en base a Massoni 2016

Evidentemente el miedo, la aversión y la vergüenza son las emociones que dominan todos los componentes y sus actores y determinan un freno a cualquier actividad tendiente a instalar una estrategia comunicacional.

TABLA 4C EMOCIONES POR COMPONENTE / ASPECTO DE LA VTC PROYECTO Programa Entramados de Fundación Epyca			HERRAMIENTA N° 8 Abril /2017
Componente: Sociocultural			
Aspectos	Actores/Matrices	Emociones	
1. Falta de cuestionamiento por parte de los actores acerca de la comunicación institucional.	Los que se entraman Los que gestionan. Los que dirigen	Miedo. Aversión. Vergüenza	
2. Falta de propuestas innovadoras desde cada uno de los entramados	Los que se entraman. Directivos de las instituciones Comunidad de cada entramado	Vergüenza	

Fuente: Elaboración propia en base a Massoni 2016

TABLA 4C EMOCIONES POR COMPONENTE / ASPECTO DE LA VTC PROYECTO Programa Entramados de Fundación Epyca			HERRAMIENTA N° 8 Abril / 2017
Componente: Técnico			
Aspectos	Actores/Matrices	Emociones	
1. Inaccesibilidad a las tic's por parte de muchos de los actores involucrados.	Los que se entraman. Los que gestionan. Los que dirigen	Miedo. Aversión. Vergüenza	
2. Desconocimiento de lenguajes específicos para la elaboración y lectura de material comunicacional.	Los que se entraman. Los que gestionan. Los que dirigen	Vergüenza Miedo. Aversión	

Fuente: Elaboración propia en base a Massoni 2016

TABLA N° 4C

EMOCIONES POR COMPONENTE / ASPECTO DE LA VTC

HERRAMIENTA N° 8 Abril /2017

PROYECTO Programa Entramados de Fundación Epyca

Componente: Político / Institucional

Aspectos	Actores/Matrices	Emociones
1. Falta de decisión desde la gestión en cuanto a la implementación de una estrategia comunicacional.	Los que dirigen	Miedo. Aversión.
2. Existencia de una estructura burocrática que obstaculiza la visión y la implementación de una estrategia comunicacional.	Los que se entraman. Los que gestionan. Los que dirigen. Los directivos de las Instituciones que componen los entramados	Vergüenza Miedo. Aversión
3. Falta de intercambio comunicacional entre los entramados y la comunidad.	Los que se entraman Directivos de las instituciones que componen los entramados. Comunidad de cada entramado	Vergüenza

Fuente: Elaboración propia en base a Massoni 2016

TABLA N° 5 ÁRBOL DE SOLUCIONES DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL PROYECTO: Programa “Entramados” de la Fundación Epyca					HERRAMIENTA N°9 Abril / 2017
Componente del problema: Político Institucional					
Aspectos	Actores / Matrices	Intereses/Necesidades	Proceso comunicacional	Acciones a desarrollar	
1. Falta de decisión desde la gestión en cuanto a la implementación de una estrategia comunicacional	Los que gestionan	- Contar con tecnología actualizada para producir y compartir contenidos un presupuesto que contemple una estrategia de comunicación. - Optimizar la comunicación para lograr el encuentro social entre los entramados y con la comunidad.	- Sensibilización - Participación - Encuentro Sociocultural Participación	- Capacitación sobre estrategias comunicacionales. - Reuniones para compartir experiencias comunicacionales y propiciar la existencia de un presupuesto. - Talleres del tipo design thinking donde se prototipen acciones comunicacionales y se establezcan acuerdos en ese sentido	
2. Existencia de una estructura burocrática que obstaculiza la visión y la implementación de una E.C.	Los que dirigen Los que entran	- Comprender la necesidad de una estrategia comunicacional y de convocar a profesionales especialistas en el tema. - Optimizar la comunicación para lograr el encuentro social entre los entramados y con la comunidad.	- Encuentro Sociocultural Participación	- Talleres del tipo design thinking donde se prototipen acciones comunicacionales y se establezcan acuerdos en ese sentido	
3. Falta de intercambio comunicacional entre los entramados y con la comunidad.	Los que entran. Actores que integran los entramados	- Optimizar la comunicación para lograr el encuentro social entre los entramados y con la comunidad.	- Encuentro Sociocultural Participación	- Talleres sobre estrategias de comunicación con participación de los que gestionan y los directivos.	

Fuente: Elaboración propia en base a Massoni 2013

TABLA N° 5 ÁRBOL DE SOLUCIONES DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL PROYECTO: Programa “Entramados” de la Fundación Epyca					HERRAMIENTA N°9 Abril / 2017
Componente del problema: Comunicacional					
Aspectos	Actores / Matrices	Intereses/Necesidades	Proceso comunicacional	Acciones a desarrollar	
1. Falta de estrategia comunicacional integral.	Los que dirigen Los que gestionan	Optimizar la comunicación para lograr el encuentro social entre los entramados y con la comunidad.	- Sensibilización	Capacitación sobre la existencia y los beneficios de una estrategia comunicacional para directores y los componentes del área de gestión.	
2. Realización de acciones "comunicativas " aisladas y puntuales.	Los que gestionan	Optimizar la comunicación para lograr el encuentro social entre los entramados y con la comunidad.	- Encuentro sociocultural	Gestionar el asesoramiento externo en cuestión de estrategias de comunicación.	
3.Desconsideración de la multidimensionalidad. 3.1 Exclusividad de la dimensión informativa.	Los que gestionan	Lograr que lo dispuestos por las autoridades en cuanto a una estrategia comunicacional alcance su mayor desarrollo.	- Encuentro sociocultural Participación	Realización de talleres por entramados para el reconocimiento de la multidimensionalidad comunicacional.	
4. Congreso como única alternativa de encuentro sociocultural	Los que dirigen Los que gestionan	Contar con tecnología actualizada para producir y compartir contenidos. Un presupuesto que contemple una estrategia de comunicación. Optimizar la comunicación para el encuentro social.	- Encuentro sociocultural Participación	Propiciar otros encuentros previos a los Congresos por regiones o por entramados	

Fuente: Elaboración propia en base a Massoni 2013

TABLA N° 5 ÁRBOL DE SOLUCIONES DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL PROYECTO: Programa “Entramados” de la Fundación Epyca					HERRAMIENTA N°9- Abril / 2017
Componente del problema: Sociocultural					
Aspectos	Actores / Matrices	Intereses/Necesidades	Proceso comunicacional	Acciones a desarrollar	
1. Falta de cuestionamiento por parte de los actores acerca de la comunicación institucional.	Los que se entraman Los que se benefician	- Que desde la Comisión Directiva se determine que el Área de Gestión implemente una estrategia comunicacional. - Optimizar la comunicación para lograr el encuentro social entre los entramados y con la comunidad.	- Sensibilización - Encuentro sociocultural	Campaña de concientización dirigida a los entramados y las comunidades donde se desarrollan para comprender la necesidad de comunicar estratégicamente.	
2. Falta de propuestas innovadoras desde cada uno de los entramados	Los que se entraman Los que se benefician	- Que desde la Comisión Directiva se determine que el Área de Gestión implemente una estrategia comunicacional.	- Información - Sensibilización	Talleres para los actores líderes de los entramados sobre estrategias comunicacionales.	

Fuente: Elaboración propia en base a Massoni 2013

TABLA N° 5 ÁRBOL DE SOLUCIONES DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL PROYECTO: Programa “Entramados” de la Fundación Epyca					HERRAMIENTA N°9 Abril/ 2017
Componente del problema: Técnico					
Aspectos	Actores / Matrices	Intereses/Necesidades	Proceso comunicacional	Acciones a desarrollar	
1.Inaccesibilidad a las tic's por parte de muchos de los actores involucrados.	Los que gestionan Los que dirigen Los que se entranan Los que se benefician	- Optimizar la comunicación para lograr el encuentro social entre los entramados y con la comunidad.	- Información Participación	Talleres de introducción a las Tic's para los dirigentes, el área de gestión y los integrantes de los entramados.	
2.Desconocimiento de lenguajes específicos para la elaboración y lectura de material comunicacional .	Los que gestionan Los que dirigen Los que se entranan Los que se benefician	- Optimizar la comunicación para lograr el encuentro social entre los entramados y con la comunidad	- Información Participación	Talleres introductorios sobre lenguajes de la tic's para dirigentes, el área de gestión y los integrantes de los entramados.	

Fuente: Elaboración propia en base a Massoni 2013

La mayoría de las acciones a desarrollar se pueden resumir en las relacionadas con la capacitación, la concientización y le necesidad de asesoramiento externo, en definitiva, en acciones que establezcan las condiciones para una estrategia comunicacional que incluya a todos y los vincule con el resto de la sociedad.

TABLA N° 7 B DEFINICIÓN DE EJES Y TONOS POR MATRIZ SOCIOCULTURAL PROYECTO: Programa “Entramados” de la Fundación Epyca			HERRAMIENTA N°10 Abril / 2017
Matriz	Eje	Tono	
Los que deciden	Crisis comunicacional entre los entramados	Urgencia	
Los que se entraman	Mejorar la comunicación entre ellos y la comunidad	Apertura. Consideración. Sinceramiento	
Los que gestionan	Articular un dispositivo que propicie el encuentro sociocultural	Apertura Ejecución	
Los que se benefician	Promoción humana a partir de una mejor comunicación	Conciliación de intereses	

Fuente: Elaboración propia en base a Massoni 2016

V. INVESTIGACIÓN DE CAMPO. MATRIZ DE DATOS

Según Massoni (2013) las muestras para reconocer las Matrices socioculturales se determinan siguiendo un criterio de máxima heterogeneidad entre los tipos de entrevistados de cada grupo o sector identificados como protagonistas en la VTC.

De acuerdo a este principio y en concordancia con lo propuesto en el texto antes mencionado de Sandra Massoni, las metodologías para la determinación de las muestras son:

- Muestreo por cuotas: Para seleccionar las MS, cuyo objetivo es estudiar grupos o sectores y comparar las características que exhiben. Esta metodología es un enfoque que registra representatividad mediante un juicio crítico en lugar de criterios matemáticos.
- Muestreo por grupos: Para seleccionar la muestra de cada MS y que utiliza grupos heterogéneos de la población objeto de estudio y se utiliza cuando no es posible listar la población total para un muestreo aleatorio.

Para la conformación de la matriz de datos que caracterice a las MS se requiere la creación de instrumentos metodológicos. Estos instrumentos cambian de acuerdo a cada investigación en particular, sin embargo, hay algunos que se mantienen por su pertinencia en captar lo fluido y lo complejo de cada problemática.

Algunos de estos instrumentos, que utilizaremos en nuestra investigación son:

- **La observación participante:** Es uno de los métodos más utilizados, sobre todo por los estudios antropológicos, fundamentalmente los etnográficos. Según Marshall y Rossman (1989) es “la descripción sistemática de eventos, comportamientos y artefactos en el escenario social elegido para ser estudiado”.

Este método nos proporciona una variedad de formas para revisar expresiones no verbales que nos permiten comprender como los actores se comunican entre ellos. También podemos observar la variable tiempo en las interacciones y dar cuenta de situaciones que los entrevistados no hubieran compartido en otras situaciones.

Su aplicación en nuestro territorio nos brindará una mejor comprensión del contexto y de las particularidades del problema.

Esta actividad se llevó a cabo como parte de la investigación de campo y tuvo el propósito de revisar expresiones verbales y no verbales que caractericen a los actores en su territorio, sus interacciones y situaciones no develadas en otras instancias de la investigación. Su aplicación nos proporcionó aspectos que nos permitieron una mejor comprensión del problema y su contexto.

Observación Participante:

Seminario Cultura Popular. TS - FSOC (UBA). clase 4

Fecha: viernes 8 de febrero

Hora: de 18 a 22

Participantes:

Alumnos cursantes del Seminario perteneciente a la Carrera de Trabajo Social de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires (UBA) y Constructores Colectivos de Pensamiento Estratégico.

Docentes y directivos:

Titulares de la Cátedra: Dra. Mercedes Gagneten y Prof. Paula Tierno

Lugar:

UBA, Sociales, Santiago del Estero 1029, e/Carlos Calvo y Humberto I, AULA HU308

El carácter participativo de la observación se suscitó en el marco de la proposición a integrar el Seminario como docente invitado de la Clase 4 donde el eje central de la temática fue reflexionar sobre la cultura popular emergente en las prácticas comunitarias territoriales mediante la Construcción Colectiva de Conocimiento.

En ese contexto cada uno de los docentes invitados recibió el nombre de constructor partiendo de la premisa estratégica epistemológica que la práctica funda teoría.

Así algunas de las prácticas que se observaron fueron las de “Hacedores culturales”, “Cine Comunitaria”, “Comunicación Estratégica”, “Huellas de sistematización” y “Entramados Productivos”.

La estrategia de recolección de datos seleccionada se realizó en cuatro etapas: en la primera de ellas, de observación inicial o primaria se observó, escuchó y registró todo lo necesario para obtener una amplia visión del escenario antes de influenciarlo con nuestra participación. De esa manera se hizo lo que habitualmente se denomina entrada a campo.

A partir de esa primera intervención ingresamos en la segunda fase, que implica ya alguna incipiente participación. Observar sigue siendo la tarea principal pero ya se fueron dando las primeras interacciones con los otros concurrentes al grupo, fundamentalmente con los denominados “constructores” o aportantes de experiencias en prácticas sociales territoriales. En ese caso se prestó fundamentalmente atención a sus relatos previos a la clase.

Se prestó atención a los aspectos vinculantes entre lo acontecido en relación al componente de la VTC: Político / Institucional y específicamente en lo referido a los niveles del problema.

Se pudo obtener de esta observación una parcial confirmación de la relación estrecha entre el desconocimiento de las actividades realizadas en los diferentes entramados y como consecuencia la falta de implementación de una estrategia comunicacional.

En la tercera fase, comenzamos nuestra participación activa, con nuestro desarrollo temático para el cual fuimos convocados abandonando por unos instantes la observación para comenzar a aprender junto a los demás miembros de la clase interactuando con ellos. En esta etapa es donde participamos también de la sistematización de las prácticas, procedimiento sobre el cual ya hicimos referencia en el cuerpo de la investigación.

En la última fase, se produce el momento de la reflexión a partir de la organización y análisis de los datos obtenidos, esta actividad se realizó apenas concluida la clase recogiendo los testimonios de los participantes sobre la influencia de nuestra propia actividad y la de los otros. Esta misma fase se continuó ya fuera del ámbito de la intervención con la evaluación

total, de la secuencia lógica y la visibilización de los primeros parámetros que puedan aportar a la investigación.

Además de la reflexión de temas propios del Seminario como el contexto geopolítico de América Latina en cuanto a la cultura popular, pudimos observar cuestiones afluentes en el problema de nuestra investigación. Tales son los casos de las coordenadas estratégicas, las certezas, el horizonte, entendido por los participantes miembros de Epyca como lo que da sentido a la vida, sentido a la lucha sentido a lo que se realiza, al que se llega por la práctica cotidiana a la que llaman topía.

De la misma manera confirmamos parcialmente aspectos relacionados con la Caracterización de Matrices Socioculturales

Por ejemplo, observamos como “los que gestionan” los entramados mantienen una actitud de desconfianza ante la necesidad de contar con una estrategia comunicacional adecuada y propiciar el encuentro sociocultural.

En igual sentido a los actores que conforman los entramados les interesa optimizar la comunicación, pero dependen de una determinación de los sectores que gestionan y administran para participar en proyectos al respecto.

Y por último confirmamos en la observación como las emociones vinculadas con el miedo y la aversión ante el cambio o el desconocimiento paralizan las decisiones de este órgano para propiciar el encuentro social.

- **La Versión Técnica Comunicacional (VTC)**, (Massoni 2013): Es un documento construido por el equipo interdisciplinario participante del proyecto. Mediante la aplicación de esta herramienta se busca reconocer los obstáculos que dificultan la transformación mediante la percepción de los actores sobre diferentes componentes de la problemática, como pueden ser los componentes ambientales, económicos, políticos, o socioculturales entre otros. Se comienza por establecer la frase núcleo del problema comunicacional y partir ello se realiza el despliegue de la temática en aspectos, sub-aspectos y niveles del problema.

En la frase núcleo pudimos identificar aquello que está obstaculizando hoy la transformación que estamos buscando. En nuestro territorio se trata de la falta de circuitos comunicacionales entre los distintos programas de la Fundación y con la comunidad

Entre los aspectos del problema pudimos divisar que en general el componente comunicacional no contempla la multidimensionalidad. En el componente Político/Institucional se observa a partir fundamentalmente desde su aspecto estructural que se obstaculiza la mirada estratégica. En lo referente al componente Socio/Cultural se puede observar la inexistencia de cuestionamientos sobre lo establecido culturalmente. Y, finalmente, el componente Técnico presenta aspectos relacionados con el desconocimiento de lenguajes y prácticas destinados a la producción de sentidos.

En lo referente a los niveles del problema por componente detectamos que en el Político/Institucional se observa un síntoma vinculado con el desconocimiento de las actividades realizadas en los diferentes entramados y como consecuencia, la demora o la falta de implementación de una estrategia comunicacional. Entre sus causas próximas podemos destacar la inexistencia de un área de comunicación y sus causas básicas o estructurales las podemos rastrear en la histórica escasez de espacios para la comunicación en las organizaciones del tercer nivel.

En lo relativo al componente Comunicacional los niveles del problema ponen de manifiesto que la información es la única dimensión contemplada y su consecuencia es la falta de participación del resto de los entramados, esto se debe fundamentalmente a que en las causas próximas detectamos el desconocimiento estructural del resto de las dimensiones en los procesos comunicacionales. Finalmente podemos relacionar esta falencia con la réplica histórica de otros modelos ya utilizados por otras ONG's de carácter unidimensionales.

Y finalmente en el componente Socio Cultural los síntomas como la poca participación en la toma de decisiones orgánicas y eventuales pesan a la hora de elaborar las piezas comunicativas, en este caso. La falta de movilidad del personal afectado a las tareas de

comunicación es una de las causas próximas que deriva de una causa básica como el descreimiento en el funcionamiento de una estrategia comunicacional.

- El análisis y prescripción mediante las Marcas de Racionalidad

Comunicacional (MCR): Como dice (Massoni 2015) “Las MCR son huellas observables comunicacionalmente que son índices de la concepción teórica que está articulando el encuentro en la situación”. Se utiliza esta técnica para diagnosticar las modalidades del encuentro existente en la situación de nuestro territorio que pueden operar desde las distintas dimensiones comunicacionales.

Las más habituales según Massoni (2012) son: La dimensión informativa actúa en línea y a partir de productos comunicativos, aporta a la transferencia; la dimensión ideológica aporta a la sensibilización o a la denuncia; la dimensión interaccional que hace foco en los vínculos de los actores aporta a la participación y al empoderamiento y la dimensión sociocultural que pone en marcha transformaciones en torno a problemas situados y promueve redes imbricando a su vez distintas dimensiones.

Las marcas de racionalidad en nuestro territorio operaron desde las dimensiones comunicacionales: Informativa, observable en videos promocionales, videos institucionales, folletería on line.

En este caso las Marcas de racionalidad comunicacional más habituales en EPyCA son la linealidad, la verticalidad, la segmentación y la comunicación operativa.

Desde la dimensión ideológica como por ejemplo en la edición de libros. Aquí las marcas de racionalidad observables son la Linealidad, segmentación, verticalidad y el denunciismo.

La dimensión interaccional se puede observar en las acciones de RePraSis, en tanto plataforma virtual (www.reprasis.org), los campamentos de trabajo productivos, las Mingas, los pre Congresos y Congresos, y las redes sociales (Facebook): @fundacionepyca, (Twitter) @fundacionEPyCA.

En este caso las (MCR) que se observan son la Horizontalidad, y la Interacción de sujetos.

Y finalmente la Dimensión comunicacional presente en su web oficial <http://www.epyca.org.ar/> y Facebook: @fundacionepyca. Para esta dimensión las (MCR) son heterogeneidad, redes, intersubjetividad, y enacción comunicacional.

- **Reconocimiento de las Matrices Socioculturales (MS)** (Masonni 2013), en torno al problema: Mediante esta técnica se agrupan a los actores según la modalidad del vínculo que en la actualidad tengan con la problemática. Como no es previo la investigación no busca inventariarlo sino indagar en el encuentro sociocultural que se produce entre los actores. Para ello debemos recuperar saberes, intereses, necesidades y expectativas de los grupos que se distinguen por su ámbito de acción en el marco del problema.

A partir de la aplicación de esta herramienta pudimos comprobar que la Fundación Epyca no presenta una estructura orgánica perfectamente delimitada. Sin embargo, se pueden distinguir en la informalidad algunos estamentos como el Consejo Directivo, el área de gestión, los directivos de cada entramado y la comunidad de los integrantes de cada entramado.

En este reconocimiento de actores por componentes del problema observamos que los actores de los estratos dirigenciales están fuertemente relacionados en los distintos niveles del problema mientras que los integrantes de las comunidades de los entramados en muy pocos de ellos.

- **El Reconocimiento y la Jerarquización de Actores (Massoni, 2013):** Se trata de reconocer la relevancia de cada grupo de actores en relación con el problema. Debemos entender que estos no son estandarizados, ni permanentes ni previos, como dice Massoni (2013) sino que presentan diferentes relevancias para cada aspecto del problema. Se debe reconocer su diversidad en un escenario siempre cambiante.

Vemos como los que llevan adelante la gestión del proyecto Entramados, con una actitud de desconfianza, carecen de capacitación que les permita satisfacer la necesidad de contar con una estrategia comunicacional adecuada y propiciar el encuentro sociocultural.

A los actores que conforman los entramados les interesa optimizar la comunicación, pero dependen de una determinación de los sectores que gestionan y administran para participar en proyectos al respecto.

Las emociones vinculadas con el miedo y la aversión ante el cambio o el desconocimiento paralizan las decisiones de este órgano para propiciar el encuentro social.

- **Entrevistas:** Nos permiten la recopilación de información de parte directa y detallada del actor sobre temas específicos de la problemática. Esta técnica se complementa con la ya mencionada de observación participante.

Sobre sus características, para la aplicación en nuestro territorio coincidimos con Rubin y Rubin en (Lucca y Berríos, 2003. Pag. 320) quienes distinguen la entrevista cualitativa de otras formas de recopilar información de la siguiente manera:

“La entrevista cualitativa es una extensión de una conversación normal con la diferencia que uno escucha para entender el sentido de lo que el entrevistador dice.

Los entrevistadores cualitativos están inmersos en la comprensión, en el conocimiento y en la percepción del entrevistado más que en categorizar a personas o eventos en función de teorías académicas.

Tanto el contenido de la entrevista como el flujo y la selección de los temas cambia de acuerdo con lo que el entrevistado conoce y siente”.

Utilizaremos el tipo de entrevistas no estructuradas donde el investigador se convierte en el instrumento de la investigación en lugar de formulario de la entrevista. No se trata solamente de obtener respuestas sino de implicarse junto al entrevistado en la problemática.

Como integrante y colaborador de la Fundación EPyCA obviamente nos implicamos junto a los entrevistados en cada entrevista.

Las mismas, adjuntadas en el anexo de este documento, no contaron con un cuestionario extenso, sino que apelaron a el conocimiento que cada actor implicado tuviera sobre un tema específico de la investigación. Es por eso que son importantes en su número.

Entre los entrevistados se pueden reconocer las matrices socioculturales intervinientes en el territorio: los que gestionan, los que se entranan, los que dirigen y los que se benefician.

Así, por ejemplo, entre los que dirigen se destaca el testimonio de la Presidenta de la Organización, la Dra. Mercedes Gagnetten quien entre otros conceptos hace referencia a la “...posibilidad de pensar que otro mundo es posible, que la emancipación respecto de matrices dominantes que la liberación de un sistema capitalista que oprime es posible...”

De esa manera establece la visión de EPyCA y a la que propone llegar mediante la pedagogía de la práctica como metodología.

Es una de las formas que propone la Fundación para establecer el encuentro sociocultural, tema que es importante en el camino de desarrollar estrategias comunicacionales como las que nos proponemos en esta investigación.

Por otra parte, hace mención a la conformación de entramados de prácticas estratégicas y en ese sentido sostiene que no es de uno a uno como se resuelve la liberación, sino que se logra en la totalidad, sabiendo el todo es más que la suma de las partes. Otra forma de interpretar al encuentro a partir de la unión de las subjetividades.

En cuanto a la matriz “los que gestionan” tenemos la palabra de Sandra García (Dirigente EPYCA en Gestión Educativa). Nos explica que, para cumplir los objetivos, a los que denominan “horizonte” o se puede pensar en llegar a ellos de una vez y para siempre, sino a partir de la práctica cotidiana, a la denominan “topía” y que no es otra cosa que caminar hacia las “utopías” que van modificándose. En este aspecto podemos vincular esa idea con la consideración de lo complejo y lo fluido que plantea la comunicación estratégica. Complejo desde la necesidad de vivir con la incertidumbre sin negar las existencias de algunas certezas como planteara Morín (1994). Y fluido, como sostiene Massoni (2015), en tanto entender que el devenir es la modalidad dinámica del vínculo intersubjetivo

En esa misma idea están los testimonios de “los que entran”, en este caso a través del pensamiento de María Llorens quien es integrante del proyecto “Campamentos productivos” como práctica estratégica organizada por EPyCA. María nos explica en la entrevista que esos campamentos en tanto práctica podrían ser considerados como prácticas pedagógicas que no solamente conmueven las estructuras personales, sino que puede llevar a compromisos diferentes. Y a una actitud diferente ante la vida. Esto nos lleva a entender cómo se construyen los momentos en tanto algoritmos fluidos. En un primer momento se produce el encuentro de los saberes en el territorio, se trabaja con las instrucciones para realizar la actividad que en

definitiva propiciará el cambio conversacional y en el segundo se produce el encuentro de los actores y su vinculación como dispositivos colectivos.

Y finalmente entre los testimonios de los entrevistados nos parece importante destacar los de la matriz “los que se benefician” en el marco de uno de los entramados como lo es la Huerta Comunitaria.

Sin embargo y a manera de presentación de estos pensamientos conviene recordar las palabras de la presidente de la Fundación, Mercedes Gagnetten, cuando afirma: “Nosotros creemos que hay otra generación que se viene que está superando los dolores de parto que es superar el consumo que nos consume. Y poder fabricar de otro modo otro estilo de vida. Que sea más allá de la moda, de la ropa, de la compra”.

Mirta Mendoza, de la organización “Los sin techo” que se entrama con EPyCA en la organización de huertas comunitarias, sostiene que en primer lugar vienen a aprender a preparar la tierra a sembrar y después a cosechar para tener una buena alimentación y que ese aprendizaje le parece muy importante y relevante “porque nosotras culturalmente no sembramos es muy lindo poder tener gente que piensa en nosotros y que mis pueda capacitar con algo tan lindo que es sembrar”.

Mirta Mendoza también se desempeña en una copa de leche del movimiento los sin techo y piensa poder transmitírselo a los chicos ya que viven en un lugar donde interactúan constantemente con otras familias y en general ya que está convencida que si todos siembran van a vivir un poco mejor y la alimentación cambiará a partir de esa acción.

Aida Dávalos, otra integrante del Movimiento “Los sin techo” afirma que siempre es muy bueno aprender, dice que hace un par de años que comenzó a comer verduras y que su familia comía mal “...si no teníamos carne no sabíamos que hacer y las verduras y las frutas son esenciales para nuestro organismo”.

-Indagación de fuentes documentales: Entendemos que esta técnica nos ayudará a encontrar rutas procedimentales o como afirma Márquez (2006), involucrarnos en los distintos procesos de investigación para “... alcanzar el logro de una razón argumentativa, tolerante, consensual, plural, reflexiva y analítica...”

En nuestro territorio, la Fundación Épica lleva adelante un proyecto denominado RePraSis (Red de Prácticas Sistematizadas) que consiste en una plataforma virtual (www.reprasis.org) metodológicamente diseñada para sistematizar prácticas, que se desarrollan tanto individual, como colectivamente, utilizando la Metodología de Sistematización de la Práctica (MSP).

Está destinada a personas, grupos, organizaciones e instituciones, en la que confluyen prácticas de gestión social, educativas, productivas, políticas, culturales, religiosas, etc. Su finalidad es el desarrollo de una red de prácticas sistematizadas en Argentina, América Latina y España.

Consiste en un ejercicio de reflexión crítica para mejorar lo que se hace sean cuales fueran los objetivos, las instituciones o los destinatarios. Se desarrolla en simultáneo con el desarrollo de la práctica y es un proceso de 7 etapas: reconstrucción, análisis, interpretación, conceptualización, generalización, conclusiones y definición de propuestas.

Básicamente es un diálogo entre el sistematizador y un tutor, y se materializa en una plataforma virtual, en esa tarea RePraSis ha consolidado una amplia base de información relativa a las prácticas sociales, educativas y de gestión social que conforman esta red como un espacio de intercambio.

- **Árbol de Soluciones (Massoni, 2013):** Es una herramienta que nos va a permitir el diseño de acciones comunicacionales para cada uno de los componentes identificados en la VTC.

Se requiere la identificación que tipo de acciones comunicacionales deseamos promover y planificar las acciones para desplegarlos.

La mayoría de las acciones a desarrollar se pueden resumir en las relacionadas con la capacitación, la concientización y la necesidad de asesoramiento externo, en definitiva, en acciones que establezcan las condiciones para una estrategia comunicacional que incluya a todos y los vincule con el resto de la sociedad

TABLA N° 8**MATRIZ DE DATOS DE LA INVESTIGACIÓN ENACTIVA EN COMUNICACIÓN****PROYECTO: Estrategia Comunicacional para el programa****“Entramados” de la Fundación Epyca**

Técnica	Aporte a la investigación	Se aplica a	Resultados esperados
Observación participante	Identificación de los flujos y jerarquías comunicacionales	VTC Niveles de problema por componentes	Conocer en profundidad los niveles del problema comunicacional
Entrevistas	Reconocer a los actores que participan en la conformación de los entramados	Reconocimiento de actores por componente del problema	Observar el involucramiento de los actores en la política institucional de la organización.
Indagación de fuentes documentales	Conceptualización de la situación comunicacional en el territorio.	Analizar el sistema de marcas reconocidas	Establecer índices de la articulación del encuentro en el territorio
VTC: Niveles del problema por componente	Definición concertada de la problemática comunicacional	Analizar la problemática en el territorio	Registrar la complejidad inherente a la problemática sobre la cual se va a intervenir.
Reconocimiento de Marcas de racionalidad	Diagnóstico de las modalidades del encuentro existente en la situación de nuestro territorio.	Analizar las piezas comunicacionales	Determinar las dimensiones de la comunicación en el territorio
Reconocimiento de actores	Reconocer la diversidad en un escenario siempre cambiante.	Actores involucrados en la problemática del territorio	Visualizar el nivel de involucramiento y como se relacionan los actores con cada aspecto y nivel de la problemática.
Caracterización de matrices socioculturales	Agrupar a los actores según la modalidad del vínculo	Vinculación actores y problemática.	Indagar en el encuentro sociocultural que se produce entre los actores
Árbol de soluciones	Diseño de acciones comunicacionales	Acciones comunicacionales en territorio	Obtener información para planificar y desplegar acciones comunicacionales

Fuente: Elaboración propia en base a Massoni 2016

VI. CONCLUSIONES

A partir del desarrollo de la IEC llevada a cabo para el problema planteado en nuestro territorio: “Abordaje de una estrategia comunicacional para el programa “Entramados” de la Fundación EPyCA a partir del análisis de las modalidades de vinculación intersubjetiva entre sus actores”, creemos pertinente destacar ciertos avances en los objetivos propuestos que a continuación detallamos.

Con respecto al tema que da origen al trabajo nos propusimos avanzar en el desarrollo de una estrategia comunicacional que se sostenga en un marco de relaciones sociales arraigadas en la reciprocidad y solidaridad, tal como se sostiene desde la Fundación EPyCA.

En primera instancia y teniendo en cuenta el carácter de unidad organizativa territorializada de cada uno de los anclajes constituidos por los entramados nos propusimos abordar el concepto de multidimensionalidad en los procesos de construcción de los entramados.

Así desde la categoría de la complejidad intentamos un abordaje sobre la interacción multidimensional en los entramados sociales y en el devenir de la investigación y su camino metodológico enfocamos la mirada en la génesis de los anclajes que los constituyen.

Una estrategia comunicacional en nuestro territorio debería comenzar por un proceso de formación mediante sistematización presencial o virtual de la práctica de cada uno, teniendo en cuenta que los entramados son unidades organizativas conformadas por actores organizados en base a cada una de esas prácticas.

Tal como lo anticipamos en el marco conceptual, hurgamos en ese tejido de eventos y demás acciones y azares, como dice Morin (2004) y les dimos un orden a partir del conocimiento.

Pero también nos interesó diagnosticar las condiciones que debe guardar un dispositivo comunicacional que se adapte a las diferentes situaciones de interacción entre las organizaciones sociales que interactúan en la Fundación EPyCAy entre ésta y la comunidad mediante los entramados sociales.

Construimos un Estado del Arte en el que los antecedentes aportados nos permitieron ubicar las huellas históricas y constatar la originalidad de nuestra pretensión investigativa.

Obtuvimos aproximaciones para denominar al campo de la comunicación y pudimos recopilar desde una mirada crítica aspectos vinculados con la cuestión de transformacional de la sociedad, en la investigación lo que además nos aportó datos epistemológicos.

De la misma manera pudimos acercarnos a la llegada actual de los enfoques y sobre el entorno en el que se materializa en el diálogo.

En relación con la metodología utilizada, entre las técnicas y las herramientas propuestas por el modelo, que aportan dispositivos para propiciar el encuentro sociocultural, se incluyen: el “despliegue transdisciplinar de la Versión Técnica del problema Comunicacional (VTC); reconocimiento y caracterización de Matrices Socioculturales; análisis y prescripción mediante Marcas de Racionalidad Comunicacional (MRC),... y el “...despliegue del Árbol de soluciones con definición de Ejes y tonos de comunicación para las distintas Matrices Socioculturales identificadas como relevantes en torno a la problemática que aborda la estrategia”. (Massoni 2015, p. 6)

A partir de la Metodología de la comunicación estratégica, desde la meta-perspectiva teórica de la Escuela de Comunicación Estratégica de Rosario nos propusimos diagnosticar las condiciones que debe guardar un dispositivo comunicacional que se adapte a las necesidades comunicacionales de la Fundación EPyCA.

Con la determinación de nuestro tema y para quien va dirigido: “Estrategia comunicacional para los Entramados Sociales de la Fundación EPyCA”, despejamos mediante una frase núcleo que es aquello que está obstaculizando hoy la transformación que estamos buscando.

En la Tabla N°1 de la VTC: Frase Núcleo del Problema, (Pág.51) determinamos que para nuestro territorio la misma es: “Falta de circuitos comunicacionales entre los distintos programas de la Fundación y con la comunidad”.

Para responder a nuestro objetivo específico que proponía analizar el sistema de marcas reconocidas para determinar la conceptualización de la situación comunicacional en el territorio, recurrimos al “Análisis y prescripción mediante Marcas de Racionalidad Comunicacional (MRC)”.

Como ya lo anticipamos, en este trabajo solo exponemos uno de los momentos de la técnica que es el del diagnóstico de las modalidades del encuentro para las piezas de comunicación utilizadas en nuestro territorio.

Observamos que las marcas de racionalidad comunicacional emergente son: la Verticalidad ya que se distingue un emisor jerarquizado como fuente que es la Fundación EPyCA, y la Linealidad observada en la estética de los gráficos utilizados por la organización para la difusión de sus Congresos.

A partir del análisis precedente se puede determinar por la reiteración de los procesos que caracterizan los procesos comunicacionales que la dimensión informativa es la predominante y que se trasunta en los rasgos de transferencia predominantes sobre los discursivos y semánticos.

Respondiendo a los objetivos específicos de caracterizar los actores por componentes del problema comunicacional en los entramados sociales de Epyca y de determinar las modalidades de vinculación intersubjetiva entre sus actores aplicamos las técnicas y herramientas de la IEC (Massoni 2013).

Conociendo la multidimensionalidad de los problemas nos propusimos detectar los componentes y los niveles asociados a él. (Tablas 1B y 1C). (Pág. 52)

En primer lugar, los componentes del problema determinados por la aplicación de la herramienta antes mencionada son: 1. Comunicacional, 2. Político/Institucional, 3. Socio/Cultural y 4. Técnico.

En segundo lugar, teniendo en cuenta que los problemas se pueden describir en función de sus niveles y que para diseñar una estrategia siempre es más efectivo abordar todos los niveles consideramos en ese sentido a las causas básicas, las causas próximas, los síntomas y las consecuencias. (Tablas 1 C y 1 D) (Pág. 53 a 57)

Alguna de los síntomas del problema en nuestro territorio pueden sintetizarse en la falta de conocimiento entre los entramados y entre estos y la comunidad de las actividades que se llevan a cabo; la poca participación en la toma de decisiones sobre los eventos y acciones a comunicar; la recurrencia a antiguas recetas para comunicar y más específicamente la transmisión de información como actividad comunicativa básica y la escasa interacción en redes sociales.

En relación a las consecuencias se pueden destacar entre otras las demoras en las acciones comunicativas, la falta de articulación dentro de la institución y con la comunidad y la dificultad para generar espacios de encuentro.

Las causas básicas detectadas por la aplicación de esta herramienta de la VTC indican sintéticamente la réplica histórica de modelos comunicativos ya desarrollados, la desconsideración de la multidimensionalidad comunicacional, la histórica escasez de espacios comunicacionales en las ONGs y la falta de evaluación ante cada hecho comunicativos desde siempre.

Las causas próximas se pueden resumir en la inexistencia de una estrategia comunicacional, que sólo se consideran comunicables los eventos importantes y el convencimiento sobre la transferencia de datos como recurso más efectivo.

Se procedió luego a enlistar a los actores vinculados con componentes y niveles del problema. En este caso, como sostiene (Massoni, 2007), los actores socioculturales son aquellos que reconocemos como relevantes en torno al problema de nuestro territorio.

Con el reconocimiento de actores en el territorio pudimos determinar sus intereses y necesidades o sea la valoración de los aspectos del problema según sus lógicas.

Con la aplicación de la herramienta citada obtuvimos una mirada sobre las características específicas de las relaciones fluidas con el problema de los que gestionan, los que dirigen, los que se entranan y los que se benefician y a su vez su participación en la configuración de las identidades colectivas.

En la Tabla 3ª de la VTC: Reconocimiento de actores por componente del problema y específicamente en el componente “Político/Institucional” (Pág. 65 a 68)

Observamos una falta de cuestionamiento por parte de todos los actores acerca de la comunicación institucional como así también una falta de propuestas innovadoras desde cada uno de los entramados.

Por otra parte, se deja ver la existencia de una estructura burocrática que obstaculiza la visión y la implementación de una estrategia comunicacional y una falta de intercambio comunicacional entre los entramados y la comunidad.

En ese mismo sentido, pero en lo referido al componente “Comunicacional” se observan una falta de estrategia comunicacional integral de parte del Área de Gestión, la realización de acciones comunicativas aisladas por parte del Área de Gestión, un desconocimiento de la

multidimensionalidad y la exclusividad de la dimensión informativa en las acciones de ese tipo por parte del Consejo Directivo y del Área de gestión antes mencionada.

Y en relación con el componente Sociocultural de la misma tabla es observable la falta de propuestas innovadoras desde cada uno de los entramados específicamente vinculada con la matriz de” los que se entraman”.

Continuando con la aplicación de las herramientas de la IEC procedimos a la caracterización de actores. En consecuencia, se reagruparon a los actores reconociendo sus diferentes modalidades de vinculación con el problema, detectando su pertenencia a una determinada Matriz Sociocultural.

La autora define como matriz al lugar de generación, desde donde los actores establecen la comunicación, como sistemas de asimilación y de producción.

Pudimos observar en la MCR como los actores y sus enunciaciones se constituyen en los vectores constituyentes de ese “conjunto multilineal” como lo caracteriza Deleuze (1990) que se manifiestan en desequilibrio.

Así se desprende de la TABLA 4B. Herramienta Nro. 7 de la VTC (Pág. 74 a 77) en cuanto a la matriz sociocultural: “Los que gestionan” se puede observar una actitud de desconfianza, de carencia de capacitación que les permita satisfacer la necesidad de contar con una estrategia comunicacional adecuada y propiciar el encuentro sociocultural.

Para la matriz sociocultural: “Los que se entraman” se observa una dependencia de una determinación de los sectores que gestionan y administran para participar en proyectos al respecto.

En cuanto a “Los que dirigen” Las emociones vinculadas con el miedo y la aversión ante el cambio o el desconocimiento paralizan sus decisiones; y, por último, para “Los que se benefician” las expectativas de construir un encuentro intersubjetivo fluido sólo se podrán efectivizarse si se plantean instancias de capacitación en estrategia comunicacional para satisfacer los intereses de la matriz vinculados con optimizar la comunicación entre los propios “entramados” y con la comunidad.

Ante estas caracterizaciones se puede comprender la extrema necesidad de una estrategia comunicacional y de convocar a profesionales especialistas en el tema para optimizar la

comunicación y en definitiva para lograr el encuentro social entre los entramados y con la comunidad.

Para finalizar la aplicación de la técnica procedimos a seleccionar actores/matrices vinculados a alguno de los componentes o aspectos y considerando los intereses y necesidades, el proceso comunicacional y las acciones a desarrollar completamos la planilla “Árbol de Soluciones”. (Tabla N° 5, Pág. 82 a 85).

En lo referente al componente del problema: “Político Institucional” en sus aspectos: “Falta de decisión desde la gestión en cuanto a la implementación de una estrategia comunicacional “ , “Existencia de una estructura burocrática que obstaculiza la visión y la implementación de una E.C.” y “Falta de intercambio comunicacional entre los entramados y con la comunidad”; dependiente de sus Actores/Matrices: “Los que gestionan”, “Los que dirigen”, “Los que entran”, determina como acciones a desarrollar:

- Capacitación sobre estrategias comunicacionales.
- Reuniones para compartir experiencias comunicacionales y propiciar la existencia de un presupuesto.
- Talleres del tipo design thinking donde se prototipen acciones comunicacionales y se establezcan acuerdos en ese sentido.

De la misma manera en la misma herramienta se determinan acciones a desarrollar vinculadas con la capacitación, pero en este caso en relación a su componente “Comunicacional”.

Precisamente en cuanto a los aspectos: “Falta de estrategia comunicacional integral”, “Realización de acciones comunicativas aisladas y puntuales”, “Desconsideración de la multidimensionalidad” y “Exclusividad de la dimensión informativa” prevé la realización de acciones como:

- Capacitación sobre la existencia y los beneficios de una estrategia comunicacional para directores y los componentes del área de gestión.
- Realización de talleres por entramados para el reconocimiento de la multidimensionalidad comunicacional.

Mediante procesos formativos y capacitaciones como dispositivos intentaremos envolver y rectificar esas curvas para encaminarlas para que se manifieste esa resiliencia productiva buscada y se propicie del encuentro sociocultural.

El objetivo general de esta investigación supone el diseño de una estrategia Comunicacional para el programa “Entramados” de la Fundación Epyca y entendemos que al trabajar con múltiples actores, según lo expuesto por la técnica y las herramientas utilizadas, las acciones a emprender deberán contribuir en una misma dirección a la propuesta global definida por el árbol de soluciones.

Esas acciones responderán a los intereses y necesidades proactivas de los actores de los Entramados de Epyca, reconocidos como relevantes para cada aspecto del problema y que por su convergencia nos posibilitan la comunicación con ellos y observar la necesidad de sensibilizar a los que aún no reconocen los aspectos problemáticos.

Por tal motivo nos propusimos salir de la típica perspectiva sociológica para describir a nuestros actores que conforman los entramados y que llevan adelante proyectos productivos.

Los EProl constituyen un entramado social y proponen el desarrollo de un circuito productivo semi abierto, sin fin de lucro en el que se involucran consumidores, productores, organizaciones sociales, el Estado, la asistencia técnica, las fuerzas productivas y EPyCA como entramadora.

Decidimos, en tanto comunicadores estratégicos, pensar la situación desde lo fluido, desde las interacciones que en nuestro territorio se establecen en las prácticas de empoderamiento popular como medio para la transformación social.

Nuestra búsqueda pretende descubrir una red de interacciones que propicie una correcta distribución de los mensajes y para ello mediante la aplicación de la técnicas y herramientas de la investigación enactiva indagamos sobre las trayectorias, los vínculos intersubjetivos entre nuestros actores, sus entramados y su relación con el problema.

Pudimos, mediante la aplicación de las mencionadas herramientas interpelar las problemáticas desde una mirada multidimensional y desde allí repensar el territorio y establecer desde el modelo de comunicación estratégica un cambio social conversacional.

VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBERTO ACOSTA Y ESPERANZA MARTÍNEZ (COMP.), (2009) “El buen vivir. Una vía para el desarrollo”, Editorial Universidad Bolivariana, Santiago.

ALVAREZ VÁZQUEZ, GUSTAVO (2015). “Caos/complejidad, fractales e identidades sociales”. *Razón y palabra*. Recuperado de: www.razonypalabra.org.mx

BOBBIO, N. (2006): “Estado Gobierno y sociedad. Por una teoría general de la política, Fondo de cultura Económica. En DURÁN BRAVO, P. y FERNÁNDEZ FUENTES, M.B. (2010): "La comunicación en las organizaciones del tercer sector"

BOFF, L (2009): *Revista Rebelión*. Recuperado de <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=83624> 2009

BOUZON A. (2011) “Las investigaciones en comunicación de las organizaciones: orígenes y fundamentos”. *Revista Organicom*, Escuela de Comunicación y artes de la Universidad de San Pablo. Nro. 14 1er semestre de 2011.

CABRA, N. (2013). “Comunicación: transmutación de cuerpos y afectos”. Recuperado el 20 de agosto de 2013, de *Imagen Cristal*: http://www.imagencristal.com.ar/imagencristal_portal/comunicacion-transmutacion-de-cuerpos-y-afectos/

CASTELLS, M. (2003). *La galaxia de internet: reflexiones sobre internet, los negocios y la sociedad*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. Giddens (1991). En M. KROHLING-KUNSCH, Margarida (2015). *La comunicación en la gestión de la sostenibilidad en las organizaciones*.

CHAPARRO, Manuel (2013). “La comunicación del desarrollo. Construcción de un imaginario perverso», *Revista Telos* (Cuadernos de Comunicación e Innovación), 94, 31- 42. En TUFTE, T. (2015). *Comunicación para el cambio social la participación y el empoderamiento como base para el desarrollo mundial*.

DELEUZE. G. (1990). “Michel Foucault Filósofo”. Barcelona. Gedisa

DURÁN BRAVO, P. y FERNÁNDEZ FUENTES, M.B. (2010): "La comunicación en las organizaciones del tercer sector", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 65. La Laguna (Tenerife): Universidad de *La Laguna* recuperado de http://www.revistalatinacs.org/10/art3/921_Puebla/42_Duran.html. DOI: 10.4185/RLCS- 65-2010-921-595-603

ENGHEL F. (2012). *Communication, development and social change: future alternatives*. Comunicación presentada en la ICA Conference (International Communication Association). Boston: Estados Unidos. En TUFTE, T. (2015). *Comunicación para el cambio social la participación y el empoderamiento como base para el desarrollo mundial*.

ERRO SALA J. y CHIVITE L. (2016) “De la comunicación para el desarrollo a la comunicación para el cambio social: ongd y movimientos sociales. XII Congreso español de sociología. Grandes transformaciones sociales, nuevos desafíos para la sociología. Federación Española de Sociología. Gijón 2016

- GIDDENS, A. (1991). Las consecuencias de la modernidad. São Paulo: Unesp. En En M. KROHLING-KUNSCH, Margarida (2015). La comunicación en la gestión de la sostenibilidad en las organizaciones.
- GUDYNAS, E. y ACOSTA, A. (2011): En “La medición del progreso y del bienestar. Propuestas desde américa latina 2011. Foro Consultivo Científico y Tecnológico.
- KROHLING-KUNSCH, Margarida (2015). La comunicación en la gestión de la sostenibilidad en las organizaciones. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 6(2), 29-62. Recuperado de: <http://mediterranea-comunicacion.org/.DOI:10.14198/MEDCOM2015.6.2.02>
- MANDELBORT, B. (1984) Los objetos fractales. Forma, azar y dimensión. Tusquets Editores, Barcelona.
- MASSONI, S. (2007) “Moebius, estrategia y comunicación”. *FISEC-Estrategias* - Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora Año III, Número 7, Mesa VI (2007), pp 29-41. Recuperado de <http://www.fisec-estrategias.com.ar/>
- MASSONI, S. (2008) “Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido”. *FISEC-Estrategias* Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora. Año IV, Número 10. pp 45- 56. Recuperado de: <http://www.fisec-estrategias.com.ar>
- MASSONI, S. (2009) “Comunicación estratégica: somos seres en-red-dándonos”. *FISEC-Estrategias* - Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Lomas de Zamora. V1, Año V, Número 12, (2009), pp 3- 24. Recuperado de: <http://www.fisec-estrategias.com.ar/>
- MASSONI, S. (2013) “Metodologías de la Comunicación Estratégica: del inventario al encuentro sociocultural”. Homo Sapiens Ediciones. Rosario, 2013.
- MASSONI, s. (2015). “Comunicación estratégica: indicadores comunicacionales en la dimensión interaccional. *Mediaciones* N° 14. Ene. Jun 2015. Recuperado de <http://biblioteca.uniminuto.edu/ojs/index.php/med/article/view/1092>
- MASSONI, S. (2016) “Avatares del comunicador complejo y fluido. Del perfil del comunicador social y otros devenires”. Ediciones Ciespal. Quito, Ecuador.
- MORIN, E. (2004). “Introducción al pensamiento complejo”. Barcelona. Gedisa
- NAJMANOVICH, D. (2009) “El cuerpo del conocimiento, el conocimiento del cuerpo”. Cuadernos de Campo, N° 7, Buenos Aires.
- PRECIADO HOYOS A y GUZMÁN RAMÍREZ. H (2010). Usos y prácticas de comunicación estratégica en organizaciones públicas y políticas. *Revista folios* Nro. 25, Facultad de Comunicaciones, Universidad de Antioquia. 2010
- PUTMAN, R. D. (2001): “Social Capital: Measurement and Consequences”. *Canadian Journal of Policy Research, Social Capital*. Vol. 2. 2001. En DURÁN BRAVO, P. y
- FERNÁNDEZ FUENTES, M.B. (2010): "La comunicación en las organizaciones del tercer sector"
- TUFTE, T. (2015). Comunicación para el cambio social la participación y el empoderamiento como base para el desarrollo mundial. Editorial Icaria 2015. Recuperado de <http://www.icariaeditorial.com/libros.php?id=1539>

ANEXO

Transcripción de Entrevistas.

Entrevistas a actores del territorio de la investigación

Sandra García (Dirigente EPYCA – Gestión Educativa)

Para poder verlo gráficamente podemos imaginarnos como que el horizonte es aquello que está allá lejos fijo y es lo que nos da sentido. Es lo que da sentido a la vida, sentido a la lucha sentido a lo que vamos realizando, nos da como el camino de la vida, pero al horizonte no se llega de una vez y para siempre, al horizonte se llega desde la práctica cotidiana que llamamos topia. Caminando hacia las utopías, que son las que van modificándose. Y ellas van posibilitándonos acercarnos hacia ese horizonte.

Las topias son el camino concreto, la práctica diaria. Lo que cada uno de nosotros hace para transformar la realidad. No todas son transformadoras de la realidad, las prácticas sociales algunas son transformadoras. Esas prácticas transformadoras nos van a acercar a la utopía.

Decimos que las utopías no son el fin último porque las utopías van transformándose. Imagínense si no era una utopía hace 20 años la ley de matrimonio igualitario, sin embargo, hoy dejó de ser una utopía y hoy es una topia que seguimos trabajando continuamente para llegar a ese horizonte que es lo fijo, lo que nos da verdadero sentido. Ahora como uno yo esos conceptos de topia, utopía y horizonte, cómo camino hacia allá, cómo llego. Nosotros creemos que caminamos a través de una traza que se puede visualizar como un hilo que une esas verdaderas prácticas transformadoras con la utopía y con el horizonte. Como un hilo que une nuestro hacer cotidiano con el horizonte que es lo que tenemos fijo y le da norte y le da sentido a nuestra vida.

Rodolfo Martinez (Integrante EPYCA)

Esto de andar los caminos para encontrar los mojones tiene que ver con seguir la huella y encontrar el sendero de lo que fue aconteciendo en lo que nosotros llamamos la construcción del poder que nos fuimos entramando con otros iguales y esta construcción de poder y este entramado desde nuestras prácticas lo que hacíamos cotidianamente. Fuimos aprendiendo a veces muy dolorosamente porque tuvimos pérdidas de amigos de compañeros y nos fuimos consolidando, pero sabemos que la tarea es la que reúne a la gente, la tarea con un proyecto para poder comunicarlo a la necesidad de sistematizarlo. Cada persona tiene una parte de ese poder juntos con otros y con un proyecto que tenga la capacidad de movilizar y adherir a las personas podemos transformar nuestra realidad cotidiana, nuestra realidad en el barrio, en la provincia en América Latina y en el mundo. Pero si nosotros no cambiamos difícilmente podemos proponer el cambio y menos podemos construir poder, el poder es una construcción de todos los días, este bien o este mal y te afecta porque más de una vez los que hemos caminado mucho tiempo perdemos compañeros y esas pérdidas van signando nuestras vidas y

saber que en esto no hay renuncia, no hay jubilación solo dios dirá cuando dejaremos de luchar por la liberación.

Paula Tierno (Dirigente-Gestión Epyca)

La formación permanente es lo que llamamos la universidad de la práctica es l que nos permite aprender desde la propia práctica, la práctica entre compañeros, entre pares no tanto para incorporar información si no para revisar las propias matrices culturales metodológicas políticas y revisarlas para poder transformar nuestra propia práctica.

Mónica Franco (Integrante Epyca) Campamentos Productivos

Trabajo en los campamentos de trabajo productivo la organización de esto fue a partir de jóvenes que estaban al servicio de los congresos y decidieron hacer trabajo productivo. Del Congreso sale la idea de invitar a los jóvenes a valorar nuestra tierra el trabajo, poner el esfuerzo en la tierra valorarla y que los campamenteros multipliquen ese aprendizaje en los lugares. Los campamentos nos enseñaron que la producción en conjunto cuidando nuestra tierra es la forma de cambiar la economía actual.

Mirta Britos (integrante EPYCA)

Consideramos que la cultura es un todo, es lo que abarca el ser, el hacer el pensar de la ciudadanía, de un sector social en un contexto que le es propio. La cultura es una herramienta de las distintas disciplinas que ayudan a la promoción social. Puesto que lo cultural de ninguna manera puede disociarse de lo social entonces trabajamos en función de factores socioculturales. Hacemos un convenio de inter-colaboración con los municipios con el fin de que puedan hacer sus planes socioculturales en cada una de las localidades. Hacen su plan y lo van desarrollando y nosotros vamos trabajando como una forma de descentralización y construcción de poder participativo.

Marialis Etchegaray (Integrante Epyca) Educación

Se desarrolla un modelo epistemológico sustentado en la pedagogía de la práctica. Esto quiere decir que entendemos s la practica como fundante de la teoría y a la vez generadora de conciencia estratégica. Se construyen colectivamente conocimientos con los protagonistas de las prácticas sociales.

Maria Pia Borgero Gestión Epyca) Prácticas sociales

Trabajo en salud en una salita en Neuquén y la invitación desde Épyca es a mirar desde la práctica concreta donde vemos las reservas de vida. Mi practica es en un lugar que se llama la canchita con personas que migraron desde Paraguay más otros originarios y tenemos allí un trabajo desde varios años Ahí las reservas de vida están todo el tiempo presente en las familias

que migran una gran reserva que se rosa con su resistencia no han sido acoartadas por el sistema paternalista de una cultura asentada entonces todavía hablamos en clave de posibilidades. Y eso nos resulta como sorprendente. Y estas reservas nos hacen descubrir recursos. Nosotros presentamos un proyecto de financiación y decidimos ir ejecutándolo sin plata. Y eso significa ir encontrando posibilidades y no quedarnos con una cultura sentada esperando que llegue. Estas prácticas que son como pequeñas se encadenan se acumulan y van generando prácticas que después se repiten. Entonces para nosotros las reservas nos hacen descubrir recursos que no sabíamos que estaban

Maria Llorens (Integrante EPYCA) Prácticas estratégicas. Campamentos Productivos

Al proponernos armar esas prácticas estratégicas con los campamentos productivos pensamos lo que fundamentalmente es una práctica pedagógica. Una práctica que no solamente conmueve las estructuras personales, sino que puede llevar a un compromiso diferente. Y a una actitud diferente ante la vida. En esos 10 años de los campamentos recorrimos de norte a sur el país pudimos ver como vivía la gente como soñaba como resistía, pero también se amañaba a los momentos difíciles como resolvía sus problemas como podían interpretar la realidad de otra manera a la que nosotros vivíamos.

Cecilia Baigorria (Integrante EPYCA)

Con la pedagogía de la práctica buscamos desarrollar una pedagogía emancipatoria que permita la construcción teórica a partir de la misma acción. Se funda en la necesidad de construir un modelo epistemológico alternativo centrado en la construcción colectiva de conocimiento y no en su reproducción. Porque entendemos que en la forma que históricamente se ha construido el conocimiento ha dejado afuera al pueblo como sujeto productor, como sujeto intelectual. Por eso buscamos correr de este modelo hegemónico y que solo algunos privilegiados se han arrogado este privilegio. Que como para que conocer con quien conocemos son preguntas que nos guían por eso nos posicionamos en la pedagogía de la práctica reclamando el derecho de producir conocimiento al calor mismo de las luchas sociales de los procesos sociales que construyen emancipación.

Constanza Di Primo (Integrante Epyca)

Reparar para nosotros es restaurar una nueva trama social que supere y reconstruya la dialéctica rota de un tejido social por las eternas categorías pobre rico el que sabe y el que no sabe el que da y el que recibe reparar para nosotros es generar una trama basada en la unidad.

Daniel Marti (Integrante Epyca). Juego estratégico

El juego político estratégico es generador de estrategias generales y compartidas para resolución cotidiana que permiten generar poder emancipatorio es generador.

Dora Asisi. Gestión Epyca)

En Epyca entendemos que el trabajo es estructurador básico de la identidad, así como de la dignidad humana mediante la asignación del sentido al vivir a partir del compartir crear y recrear producir y reproducir cotidiano con una utopía en camino un mando donde entremos todos.

Emilio Rojo (Integrante Epyca)

Lo que el pueblo cultiva para vivir en su vida diaria en su organización en su sentido de vida. Consideramos en Epyca que el trabajo de intervención, de organización siempre se da en el ámbito de lo cultural y como cultura siempre en situación, en contexto por eso en Epyca siempre vivimos conversando tramitando discerniendo como nuestro trabajo nuestra organización nuestra intervención se culturiza en la vida cotidiana de nuestro pueblo es ahí donde se dan los procesos de transformación y de organización comunitaria.

Enzo Tortul (Gestión Epyca). Reprasis

Reprasis es una red de prácticas sistematizadas de toda América Latina y de España donde confluyen para aprender de su práctica cotidiana. Generar teoría a través de la sistematización Dentro de las 7 fases que se desarrollan en la plataforma un sistematizador puede ir aprendiendo del hacer del otro ver los problemas que uno tiene a través de la práctica del otro y aprender como lo han superado. Es un aprender en común con la presencia de supervisores y tutores es un aprendizaje mutuo en una plataforma web que desarrollamos cuentan con varios medidos para poder compartir sus imágenes, sus prácticas diarias a través de videos audios y aumentar aso e aprendizaje entre ellos. Dentro de esta red de prácticas sistematizadas lo que se intenta es aprender de la práctica generar la teoría fundante desde los pies aprender de ella una vez hecho el camino sistematizar para poder revisar a un futuro y desde ahí poder aplicarlo.

Mercedes Gagnetten. Presidente Epyca)

Epyca es una organización social conformada por diferentes personas del país y de América Latina que desarrollan diferentes prácticas sociales y diferentes profesiones Que nos une. Nos une esta idea épica sin y griega que nos da la posibilidad de pensar que otro mundo es posible,

que la emancipación respecto de matrices dominantes que la liberación de un sistema capitalista que oprime es posible y que es posible a través de lo que hacemos es por eso que realizamos permanentemente una Universidad de la práctica mediante una pedagogía de la práctica que tiene que ver con esto que hemos planteado creemos que la práctica es la maestra de toda la sabiduría tanto popular como de otros sectores sociales. En esta línea desarrollamos congresos entre muchas otras formas de hacer esta pedagogía. El entramado de prácticas estratégicas supone que no es el uno a uno el que resuelve la liberación de un país o de una patria grande, sino que es la totalidad todos ellos sabiendo que el todo es más que la suma de las partes.

Nosotros creemos que hay otra generación que se viene que esta superando los dolores de parto que es superar el consumo que nos consume. Y poder fabricar de otro modo otro estilo de vida. Que sea más allá de la moda, de la ropa, de la compra.

Silvia López (Integrante Epyca)

La construcción de ese poder emancipatorio es esencial para nuestra práctica. Ya que trabajamos con adultos y adultas mayores que es un colectivo absolutamente heterogéneo y marginado.

Virginia Núñez Gestión Epyca (Mingas)

Las mingas son experiencias de trabajo colectivo y voluntario que por lo general tienen una finalidad solidaria pero para nosotros el concepto es mucho más abarcatorio y permitió intercambiar saberes aprender haciendo conocer la práctica social de otros buscando nuevas lógicas de construcción y entramarnos con otros desde una práctica compartida.

HUERTA UCSF/EPYCA

Mirta Mendoza (Los sin techo)

Hoy vengo a aprender primero a preparar la tierra a sembrar y dentro de unos días poder cosechar para tener una buena alimentación, e parece muy importante y relevante esta invitación porque nosotras culturalmente no sembramos es muy lindo poder tener gente que piensa en nosotros y que mis pueda capacitar con algo tan lindo que es sembrar.

Yo estoy en una copa de leche del movimiento los sin techo y esta pensado conversando con las otras mujeres de poder transmitírselo a los chicos y a las familias porque como vivimos en un lugar donde desarrollamos el trabajo estamos constantemente con la familia con el barrio entonces yo creería que si todos sembramos nuestras semillas vamos a vivir un poco mejor.

Lo que le está pensando para nuestros barrios es muy importante principalmente la alimentación que cambiara a partir de ahora.

Aida Dávalos (Los sin techo)

En nuestro barrio hay unas quintas familiares, pero siempre es muy bueno aprender, saber. Yo personalmente hace un par de años que comencé a comer verduras, no comía la verdad mi familia comía mal si no teníamos carne no sabíamos que hacer y las verduras y las frutas son esenciales para nuestro organismo. Nosotros estamos re orgullosas porque lo vamos a llevar a nuestros niños a nuestra familia yo estoy en el jardincito donde hay chicos de 4 y 5 años y siempre quisimos hacer una huertita, pero no lo lográbamos.