



# TRAZANDO LINEAS

Planificación Comunicacional para Bibliotecas Populares de Viedma



# Índice

## **PRESENTACION .....pág. 5 - 8**

- La planificación en las Bibliotecas Populares -B.P-
- Presentación
- Yendo de la sala al taller

- Enredándonos
- Aportes de la comunicación en las organizaciones
- Cómo influyen las prácticas sociales en la comunicación
- Comunicación Interna
- Comunicación Externa
- Herramientas de comunicación.

## **CAPITULO I .....pág. 9 - 18**

- Del dicho al hecho
- Las primeras Bibliotecas Populares en el País
- Ley Nacional de Bibliotecas Populares N ° 23351
- ¿Qué es la CONABIP?
- Sistema Bibliotecario de la Provincia de Río Negro
- Desafíos de las bibliotecas

## **CAPITULO IV .....pág. 51 - 77**

- Manos a la Obra
- Perspectivas de planificación
- Planificar desde la participación
- Los pasos de la planificación:
  - Pre-diagnóstico
  - Diagnóstico
  - Planificación

## **CAPITULO II .....pág 19 - 30**

- Reconociéndonos
- Los otros dicen
- La pluralidad conceptual
- La biblioteca popular en la comunidad

## **BLIBLIOGRAFÍA .....pág. 79**

## **ANEXO .....pág. 80**

## **CAPITULO III .....pág. 31 - 50**



## **Presentación**

La planificación en las Bibliotecas Populares- B.P- es una caja de herramientas que surgió del taller "Trazando Líneas" que se dictó en la ciudad de Viedma, provincia de Río Negro en Marzo del 2012. En este espacio de participación estuvieron presentes las B. P. que se encuentran trabajando en esta capital como, "Sol Naciente", del Barrio Mi bandera; "Pablo Neruda", del Barrio Zatti y "Del Niño", del Barrio José María Guido, lugar donde se llevaron a cabo los encuentros.

Asimismo, es necesario mencionar que este producto comunicacional es el trabajo final de la Tesis de la Licenciatura En Comunicación Social con Orientación en Planificación; en la cual nos pusimos como meta profundizar sobre la planificación en las B.P. El diseño de proyectos es una de las necesidades que manifestaron los miembros de estas organizaciones, durante el diagnóstico y otros trabajos llevados a cabo en el transcurso del Taller de Políticas Públicas.

Para lograr este libro se desarrollaron varios encuentros con los bibliotecarios, bajo la

metodología del taller, basándonos en que en estos tipos de espacios puede darse la participación de todas las personas, siendo ellos los actores principales del encuentro.

Por otro lado, este producto comunicacional fue concebido a partir de la necesidad de poner en relación la experiencia y las voces de los Bibliotecarios que participaron de los talleres, voluntarios que destinan su tiempo en estas organizaciones, PARA QUE puedan construir nuevos saberes y sentidos de transformación.

Además, entendemos que desde nuestros lugares se puede construir un nuevo sentido de la comunicación, entendiéndola como un proceso de desarrollo y no como una mera herramienta de transmisión de información, y que desde la planificación se puede profundizar o cambiar la realidad en la que nos encontramos.

**Consecuentemente, este producto comunicacional está dirigido a todas las Bibliotecas Populares.**



## **Yendo de la sala al taller**

En este apartado compartiremos una nueva dinámica para que se pueda poner en práctica en las B.P.

A partir de ahora cada uno de ustedes serán los protagonistas de este proceso de planificación, donde sus opiniones, reflexiones, serán el puntapié para transformar la realidad en la que se encuentran.

Seguramente en este momento se están haciendo varias preguntas como por ejemplo: qué es un taller, cómo organizamos un taller, cuáles son los roles de cada uno y otras tantas cuestiones. En este apartado encontraran algunas respuestas y podrán complementar con lo que ustedes saben o han experimentado en otras ocasiones. Es por ello que los invitamos a que conviertan la sala de la biblioteca en un agradable taller.

### **¿Qué es un taller?**

*“El taller se convierte en [...] un dispositivo para hacer ver, hacer hablar, hacer recuperar, para hacer recrear, para hacer análisis –o sea para hacer visible e*

*invisible elementos, relaciones y saberes-, para hacer reconstrucciones y construcciones”.*<sup>1</sup>

En este sentido el taller significa problematizar la cotidianeidad, el orden impuesto, las realidades complejas y dinámicas. Se trata de desnaturalizar las prácticas sociales habituales, lo que sugiere poner en discusión y no tomar como evidentes aquellos imaginarios donde se sustenta una sociedad determinada. El espíritu del taller se centra en darle voz al que no la tiene; provocar los cuestionamientos y romper con las estructuras estandarizadas, lo que engendra la imaginación adormecida y alienta las disímiles formas de expresión.

En resumen, “el taller tiene por misión facilitar la asunción de la doble condición de sujeto y objeto de conocimiento. El grupo con las características con que ha sido conformado, puede ayudar a cada uno de sus participantes a reconstruir su experiencia, a reconocerse en las experiencias de los otros, adquirir una distancia frente a su práctica, a establecer comparaciones con otras prácticas similares, a descubrir las relaciones personales, instituciona-

<sup>1</sup> Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales El sentido de las técnicas en el Diagnóstico de la Comunicación en Algunos ejemplos para trabajar. UNLP (2008),

Pág. 2

<sup>2</sup> Ibídem. Págs. 2-3.

les y sociales ligadas con sus prácticas, a formular y validar hipótesis en la heterogeneidad de experiencias y visiones que se reúnen en el taller" <sup>2</sup>

***"Este tipo de dinámica nos permite abrirnos y tener un espacio ameno, para promover la integración de todos".Biblioteca Popular Sol Naciente.***

Se pretende fomentar a través de estos encuentros que todos los actores sociales participen activamente, expresen sus deseos para cambiar su realidad y sean reconocidos por el resto de sus pares.

Es imprescindible entonces, brindarles las herramientas comunicacionales a todos los miembros de las bibliotecas para que ellos sean protagonistas tomando la palabra. El taller supone un punto inclusivo, donde todos los sujetos se sientan protagonistas a la hora de la toma de decisiones y además, para que puedan palpar que como actores sociales pueden constituirse en sujetos críticos de su propia cotidianeidad.

Asimismo, el taller esta pensado para que se realice en todo el momento de la planificación, tanto a la hora de reunirse para realzar el pre-diagnóstico, como así también el diagnóstico y la planificación.

## ***¿Cómo organizamos un taller?***

Todos los talleres que organizamos deben ser planificados para evitar ciertos inconvenientes durante el encuentro, para ello deberemos responder algunas preguntas, como por ejemplo:

¿Qué se quiere hacer?

¿Por qué optamos por un taller y no por otra metodología de trabajo?

¿Por qué se quiere hacer?

¿Qué problemas hicieron que llegáramos hasta acá?

¿Qué objetivos queremos alcanzar?

¿En qué determinado tiempo se quiere alcanzar?

¿En qué lugar se puede llevar a cabo? (buscar diferentes opciones)

¿Quiénes dictarán el taller, quiénes participarán, quiénes son los destinatarios?

¿Cuáles son los recursos que tenemos: materiales, financieros y humanos?

Una vez que terminamos de responder estas preguntas ya estamos preparados para diseñar el taller.



## **Los momentos del taller**

Si bien no existe una receta que debamos seguir al pie de la letra, no debemos olvidar los tres momentos más importante que tiene un taller:

- Presentación
- Desarrollo o producción grupal
- Cierre y reflexión

La presentación tiene como objetivo que todas las personas que participen del taller se conozcan para crear un ambiente distendido. Saber que es lo que esperan de los encuentros, profundizar conocimientos para favorecer la participación de todos. Asimismo, en este espacio de presentación se explicitan los objetivos de los encuentros y se explica brevemente lo que sucederá ese día.

El desarrollo o la producción grupal es el momento donde comenzamos a trabajar sobre el tema que nos convocó al encuentro.

Implica que cada uno participe, aporte desde lo que sabe del tema y además, pueda reflexionar en grupo a través de diferentes actividades que elija el coordinador.

Por otro lado, en este momento los participantes interpretarán, compartirán, y construirán nuevos saberes.

En el cierre se realiza una síntesis de lo que se trabajó en el encuentro, se repasarán todas las conclusiones, tanto grupales como individuales. Este momento debe ser fructífero, donde cada uno de las opiniones se plasme, a fin de lograr que los próximos encuentros tengan un mejor nivel participativo.

**Lo importante del taller es la  
Participación y la  
Comunicación.**



## Capítulo I

# DEL DICHO AL HECHO



## Capítulo I

**Las primeras bibliotecas Populares –B.P- en el País.**

**Ley Nacional de Bibliotecas Populares N° 23351.**

**¿Qué es la CONABIP?**

**Sistema Bibliotecario de la Provincia de Río Negro.**

**Desafíos de las Bibliotecas Populares.**

En este apartado se expondrán las normas jurídicas que amparan a las B. P. a nivel Nacional y Provincial. Estos marcos jurídicos tendrán la finalidad de que los bibliotecarios conozcan sus derechos y encuentren las estrategias comunicacionales para cumplir y hacer cumplir la ley.

Por otro lado, en el mismo capítulo, encontrarán diferentes secciones que servirán como disparadores para reflexionar y analizar en conjunto la realidad donde están insertas las B. P., las leyes que las contienen.

Además, se contará brevemente la historia de una de las Bibliotecas, cómo se constituyó, el reconocimiento o no de la CONABIP, obstáculos que tienen para ser reconocidas, relación con el Estado, etc.

Las Bibliotecas Populares –B.P.- son Instituciones centenarias, cuyo origen se remonta a la Ley N° 419, sancionada el 23 de septiembre de 1870. Su inspirador, fue el entonces Presidente de la Nación, Domingo Faustino Sarmiento, quien estaba interesado por la “ilustración” de la población argentina. Envió al Congreso de la Nación el proyecto para la creación de la Comisión Protectora de B.P. en julio del mismo año.

**Nuestro país es el único lugar en el mundo donde existen las Bibliotecas Populares -B.P-**

Sarmiento se inspiró en los Clubes de Lectores ideados por Benjamin Franklin en 1727, en la ciudad de Filadelfia, Estados Unidos. Sin embargo, las B.P. surgieron y se fortalecieron en su carácter de organización privada y sin fines de lucro, las cuales se nuclearon bajo entidades nacionales o privadas para obtener mejores beneficios.

En sus orígenes las B.P eran organizaciones que se fundaron por la iniciativa de los vecinos, se gobernaban con autonomía y tenían una cuota societaria.

La ley N° 149 establecía que estas organizaciones tenían como misión cubrir



la demanda de libros para la lectura de la población. De esta manera Sarmiento y Avellaneda querían acercar a los ciudadanos herramientas de "desarrollo intelectual", y difundir la lectura y la cultura en todo el país.

### **Las primeras Bibliotecas Populares en la Argentina:**

1866 San Juan –Biblioteca Popular Franklin Chivilcoy (Bs. As.)

San Vicente (Bs. As.)

1870 San Fernando (Bs. As.)

1872 Concepción del Uruguay (Entre Ríos)

1872 Andalgalá (Catamarca)

1874 Rosario De La Frontera (Salta)

1879 Biblioteca Popular del Municipio (Bs. As)

1882 Bahía Blanca (Bs. As.)

1902 La Rioja (La Rioja)

1906 Viedma (Río Negro)

1910 Chos Malal (Neuquén)

Con la Ley se creó la Comisión protectora de Bibliotecas Populares –B.P- y El objetivo general de ese organismo era fomentar la creación y el desarrollo de las B.P y exigirle a estas organizaciones que debían presentar, ante la Comisión, las planillas que describían el servicio y movimiento de circulación de libros mensuales, trimestrales, semestrales y anuales que tenían en sus bibliotecas. De esta manera justificaban el subsidio que recibían. Por

otro lado, ese mecanismo permitía que los bibliotecarios conocieran las necesidades de los socios y las personas que visitarían las Bibliotecas.

La Ley Sarmientista categorizaba a las B.P según su importancia:

1-Bibliotecas Populares de capitales y ciudades importantes

2-Capitales y poblaciones de regular importancia

3-Bibliotecas en formación de ciudades y poblaciones pequeñas

En 1873 la Comisión Protectora de B.P repartió más de 33 mil volúmenes entre las organizaciones existentes. Por otro lado, en 1874 existían unas 156 B.P y llegando a 1876 en el país había 106 Bibliotecas, pero por no saber PLANIFICAR muchas de ellas comenzaron a cerrar sus puertas y hacia 1894 quedaban sólo 16 BP. Asimismo, en ese periodo el Presidente decidió cerrar la Comisión Protectora, por razones económicas.

### **Nace una NUEVA LEY**

El 7 de agosto de 1986, la Ley 419 fue reemplazada por la Ley N° 23.351 que le dio una nueva denominación a la



entidad, recibiendo el nombre de **Comisión Nacional Protectora de Bibliotecas Populares (CONABIP)**. Esta Comisión pasó a depender de la Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación –República Argentina–, según lo establece la **Ley N° 23.351** de Bibliotecas Populares.

**La nueva Ley se reglamentó en 1989 (Decreto N° 1078/89) y se puso en vigencia a partir de 1990.**

Esta nueva ley, en su primer Artículo, establece: *“Las bibliotecas establecidas o que en adelante se establezcan, por asociaciones de particulares, en el territorio de la Nación y que presten servicios de carácter público, podrán acogerse a los beneficios establecidos en la presente ley. Para ello deberán ser oficialmente reconocidas como Bibliotecas Populares y adjuntarán sus estatutos a las normas que determine la respectiva reglamentación”*.

Por otro lado, en el contexto de la Norma, la CONABIP señala, en su Artículo 2, que la misión de las Bibliotecas Populares es: *“Canalizar los esfuerzos de la comunidad tendientes a garantizar el ejercicio del derecho a la información, fomentar la lectura y demás técnicas para la investigación, la consulta y la recreación y pro-*

*mover la creación y difusión de la cultura y la educación permanente del pueblo”*.

Otra de las modificaciones que se estableció en la nueva Ley fue el sistema de categorización de las B.P., que se desarrollaban en 5 categorías:



Biblioteca Popular Piloto



Biblioteca Popular de Primera Categoría



Biblioteca Popular de Segunda Categoría



Biblioteca Popular de Tercera Categoría



Biblioteca Popular en régimen Provisorio

**“Desde la fundación de la Biblioteca seguimos luchando para tener nuestro propio espacio” Biblioteca Popular Sol Naciente**

Además, se estableció que la Comisión realizaría dos revisiones anuales a las bibliotecas para verificar los cambios producidos, para su recategorización, lo cual condiciona de alguna u otra manera los beneficios –dinero o libros– que son recibidos por la CONABIP

Para lograr la recategorización se tendrán en cuenta algunos puntos, como por ejemplo:



-  La fecha de fundación de las Instituciones
-  Superficie del local
-  Cantidad de socios
-  Cantidad de libros
-  Horas/ semana de atención al público
-  Personal bibliotecario profesional
-  Personal bibliotecario no profesional
-  Personal auxiliar
-  Personal docente
-  Calidad de las instalaciones y del equipamiento
-  Método de procesamiento de libros y otros materiales
-  Actividades culturales

Por otro lado, a través de esta Ley se crea a través del Artículo 14º el Fondo Especial para B.P.

Estos recursos especiales permitieron, a partir de 1989, que la CONABIP, mediante apoyos concretos y sostenidos, incrementará el material bibliográfico y multimedial, concretara el mejoramiento de los edificios, implementará la capacitación bibliotecaria y dirigencial, abogará por la innovación tecnológica, servicios de extensión bibliotecaria especial –el bibliomóvil- y la

transformación y dinamización del sistema bibliotecario popular. El fondo se conforma con los gravámenes de los principales premios de los juegos de azar (del 31 % que retenía el Estado Nacional el 5 % era destinado a las B. P).

La Comisión Nacional está conformada por un Presidente, un Secretario, Cinco Vocales y una Junta Representativa Nacional, compuesta por delegados de federaciones y representantes gubernamentales de todas las provincias y de la Capital Federal.

### **Funciones de la CONABIP**

La Comisión Nacional de Bibliotecas Populares –B.P- es la institución que está legitimada para poder aplicar la presente Ley hacia las B.P.

Asimismo, es la que administra y distribuye los recursos que establezca el Presupuesto Nacional y los que integren el Fondo Especial para que las B.P puedan adquirir material bibliográfico, soportes comunicacionales audiovisuales y equipamiento culturales.

Además, la CONABIP es la que puede incrementar el apoyo directo.



Luego de la Ley Nacional, muchas provincias del país comenzaron a redactar su propia ley provincial.

En 1988 se promulgó en la Provincia de Río Negro la Ley N° 2.278 para crear el Sistema Bibliotecario Provincial de la provincia de Río Negro. En la misma se asegura el funcionamiento de las Bibliotecas Públicas Provinciales, Bibliotecas Públicas Municipales y las B. P de toda la Provincia.

El sistema Bibliotecario Provincial es el encargado de la articulación e interrelación coherente de las bibliotecas rionegrinas "en el que, cumpliendo cada una de ellas con sus objetivos institucionales específicos, coadyuven al logro de propósitos comunes, tales como:

Recopilación, conservación y organización del patrimonio universal de documentos bibliográficos, audiovisuales y afines, para ponerlos al servicio de la comunidad a través de bibliotecas abiertas a todos por igual, sin discriminaciones religiosas, políticas, filosóficas, económicas o sociales.

Promoción de la lectura, de la investigación y de las actividades culturales que permitan garantizar, sin restricciones, el derecho del hombre y del pueblo a la

formación, información, recreación y desarrollo de la comunidad.

Cooperación entre las bibliotecas del Sistema, economía de recursos, intercambio bibliográfico y cultural, relación con entidades como federaciones, centros o asociaciones de bibliotecas o de bibliotecarios, como también la conexión con otros sistemas provinciales y/o nacionales afines, a través de redes de información automatizadas así como a la red informática provincial y otras."

Por otro lado, el Sistema Bibliotecario denomina a las B.P como instituciones autónomas que son creadas por la comunidad y son dirigidas por sus socios.

Además, estas organizaciones deben poseer una cantidad de libros de diversas temáticas y materiales similares; deben caracterizarse como organizaciones abiertas a todo el público y sin discriminación alguna para brindar información, formación, recreación y animación cultural adecuadas a los intereses y necesidades del medio.

Por otra parte, la Ley Provincial también utiliza un sistema de clasificación que categoriza a todas las B. P de la provincia, estas son las Bibliotecas de 1era, 2da



o 3er categoría, según las siguientes características:

-  Cantidad de títulos de obras;
-  Movimiento diario de los mismos;
-  Cantidad de personal capacitado en funciones;
-  Calidad de las instalaciones y equipamientos técnicos;
-  Método de procesamiento de materiales;
-  Actividades culturales que desarrollan.

De la misma manera que la CONABIP, el Sistema Bibliotecario Provincial tendrá como funciones brindar a las Bibliotecas asistencia técnica y financiera que consiste en:

Subvenciones anuales para la adquisición de material bibliográfico y afín (con exclusión de textos escolares), estableciéndose como mínimo para las bibliotecas de 1ra. categoría un equivalente a cuarenta (40) veces el sueldo más bajo de la Administración Pública Provincial; para las de 2da. categoría, un equivalente a treinta y dos (32) veces y para las de 3ra. categoría un equivalente a veinticuatro (24) veces, considerados todos a la fecha de efectivizarse la subvención. En el caso

de creación de una biblioteca, se adjudicará una subvención extraordinaria equivalente a la de una biblioteca de 1ra. categoría, por única vez;

Donaciones de material bibliográfico y similar; subsidios para equipamiento, edificio y desenvolvimiento de los servicios, en montos correspondientes a un porcentaje racional sobre los valores presupuestados por la entidad solicitante y acordes a la reglamentación respectiva;

Asistencia técnica: Esta dado por la capacitación, supervisión y provisión de cargos bibliotecarios. Con respecto a esto último, las Bibliotecas de 1era. Categoría podrán acceder a seis cargos, las de 2da. Categoría podrán contar con cuatro cargos y por último, las Bibliotecas de 3era categoría podrán suscribir tres cargos. Sin embargo, para obtener algunos de los beneficios las Bibliotecas deben justificar la subvención según la necesidad social de las organizaciones en su comunidad, como así las demandas que tienen las Bibliotecas para su crecimiento y por último el mayor esfuerzo acreditado en la prestación de servicios.

Por último, se crea el fondo de Biblioteca Populares que se integra:



a) *Un monto o partida del presupuesto general del área de Cultura;*

b) *El porcentaje de ingresos determinado por inciso 2) del artículo 12 de la Ley N° 48;*

c) *Lo producido del impuesto a las carreras hípicas (según Ley Provincial T N° 95 Capítulo VII artículos 23 a 31);*

d) *Las herencias, donaciones, legados y liberalidades que el Fondo Especial reciba de personas o instituciones privadas, como así también cualquier otro aporte.*

### **Desafíos de las Bibliotecas Populares**

La Biblioteca Popular Pablo Neruda

La Biblioteca Popular fue una iniciativa de las madres de la comunidad del Barrio Artemio De Zatti en el año 1989.

A partir de ese momento, comenzaron a juntar los libros que tenían en sus casas y pedían ayuda al barrio. Ésta fue creciendo y en el año 1991 tuvo su propia sede en al calle French N° 236, lugar en el que funciona actualmente. Desde ese año se reconoció como Biblioteca Provincial.

A partir del año 2004, con la denominación de "Asociación Civil Biblioteca Popular Pablo Neruda", fue reconocida

como tal y se propusieron como objetivos: establecer el desarrollo de la comunidad mediante el prestamos de libros y materiales especiales; poner a disposición para los asociados y la comunidad en general el servicio de sala de lectura; y organizar actividades culturales en la medida que se lo permitían sus recursos, tanto económicos como humanos. Además, garantizaban el pluralismo ideológico y el ejercicio del derecho a la información.

Actualmente, fomentan la lectura y promueven el desarrollo de la cultura en todos sus aspectos.

La Biblioteca, por Resolución, funciona a través de una Comisión Directiva y una Comisión Revisora de Cuenta-son elegidas por elección de los miembros y socios-, su tarea es hacer cumplir el estatuto y reglamento. De esta manera, sus integrantes creen que funcionan y brindan un servicio a la comunidad en forma adecuada. Cabe decir, que todos sus miembros trabajan en forma voluntaria y en casos excepcionales, algunos de ellos recibe una remuneración.

En el año 2004, la Biblioteca estuvo acéfala y desde ese momento no fue reconocida por la CONABIP- Entidad que



supervisa a nivel nacional las bibliotecas populares y, en este caso, la Biblioteca no había presentado los papeles del año-. Las causas de esto, fue que no contaba con los medios suficientes para administrarla y organizarla: falta de recursos humanos y materiales. En estos momentos, la Biblioteca "Pablo Neruda" es reconocida como Biblioteca Provincial de Río Negro.

Los integrantes trabajan para brindar un servicio y un bien a la comunidad, además, intentan fortalecer los lazos entre los vecinos y transformar la realidad de los niños y jóvenes del barrio. No sólo quieren que la biblioteca sea un espacio de lectura, sino también de recreación, aprendizaje, capacitación, etc.

Los miembros de la Biblioteca arman proyectos y diferentes eventos para que la comunidad participe en ellos y conozcan aún más sus espacios. Realizan actividades como el "libro libre", "el libro viajero", "la búsqueda del libro", la "maratón de lectura" y otros acontecimientos que organizan con las Instituciones del barrio. La organización no sólo ha iniciado proyectos sino que ha participado en planes con otras instituciones, bibliotecas, han invitado a diferentes autores de la comarca para que

realizarán presentaciones de libros, han realizado jornadas de recreación, etc.

La mayoría de los niños que asisten a la biblioteca supieron de ella por el comentario boca a boca o la invitación personal de la Directora de la Biblioteca.

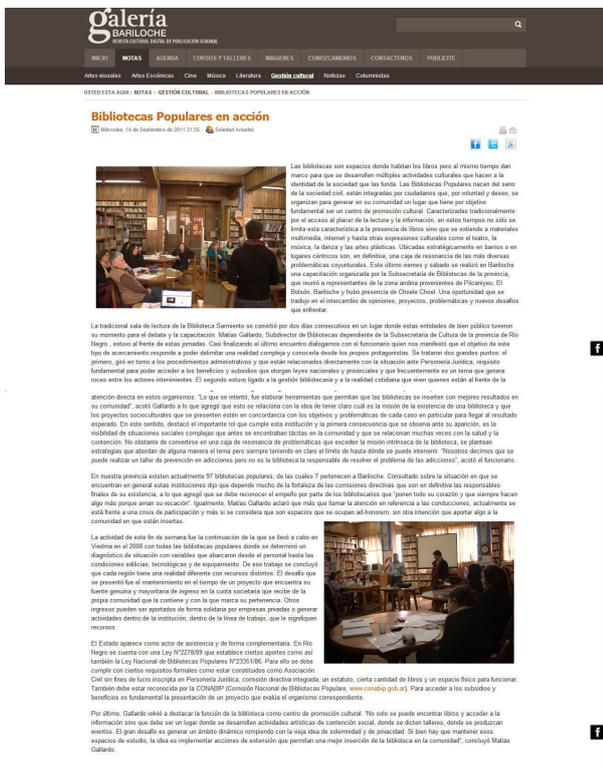
Los miembros de la institución reconocen que no tienen las herramientas suficientes para brindar todo lo que ellos quisieran al barrio, pero saben que cuentan con la predisposición y el amor hacia su comunidad para lograr sus objetivos a futuro.

La situación deseada de la Biblioteca Popular Pablo Neruda, es que Los actores sociales de la comunidad barrial participen y concurran a ella.

Las Bibliotecas Populares son organizaciones sociales que nacen y surgen por iniciativas de vecinos, que en su gran mayoría buscan organizar a la comunidad, al barrio, a los jóvenes, etc. Sin embargo, muchas veces se desconocen por todo el proceso que deben atravesar para ser legitimadas por el estado y recibir un subsidio. Es por ello, que en nuestro proceso de aprendizaje junto con los bibliotecarios sentimos la necesidad de acercar la histo



ría y las normativas que las rodean, porque las demandas, acciones reivindicativas o reclamo de derechos pueden comprenderse desde un imaginario diferente y que además están conectados con las condiciones en que se encuentran cada una de las organizaciones



**Actividades.**

Es hora que nos pongamos en ronda y reflexionemos sobre nuestra realidad como bibliotecarios.

¿Cuál es la función que debe cumplir el Estado en relación a las B.P y éstas hacia la comunidad?

¿Por qué es importante que se haya sancionado una ley que fomenta y apoye a las Bibliotecas Populares?

¿De qué manera solventan los gastos las B.P?

Más abajo colocamos dos noticias donde se describe la realidad de las bibliotecas.

¿Con cuál de ellas concuerda y cuál es su realidad?

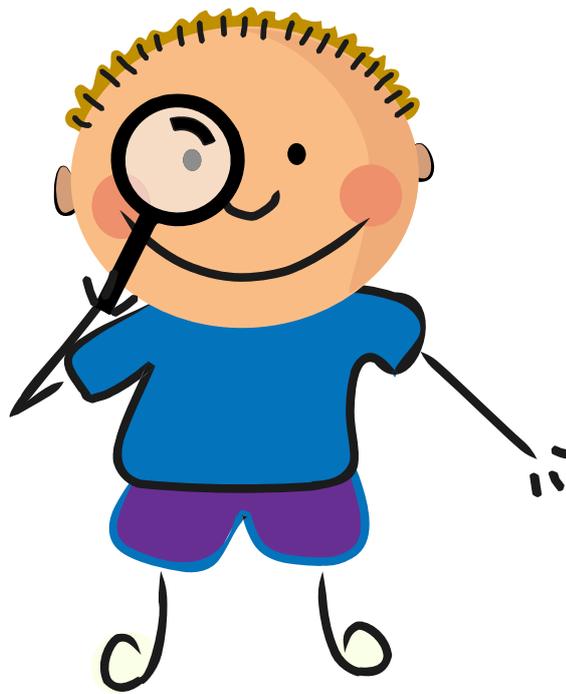
Luego de haber respondido las preguntas anteriores pensamos cuál es la función de la Biblioteca y del Estado.



Ver anexo

## Capítulo II

# RECONOCIÉNDONOS



## Capítulo II

- **Los otros dicen**
- **La pluralidad conceptual**
- **La biblioteca popular en la comunidad**

En este capítulo el objetivo es reconocer el rol que tienen las bibliotecas populares en el contexto de una comunidad, el valor que tiene cada integrante de estas instituciones; teniendo en cuenta principalmente la comunicación a partir de esas redes y entramados sociales que se originan desde una práctica cotidiana, dándole además, una identidad a esas organizaciones nacidas voluntariamente.

Se abordarán estos conceptos y otros, –de acuerdo al contexto de cada organización- que se entretujan alrededor de estas instituciones y no perdiendo de vista esta polisemia conceptual que impregna estas Instituciones.

### **Los otros Dicen**

La Biblioteca Popular- B.P debe ser entendida como esa asociación autónoma creada por la iniciativa de un grupo de

vecinos de una localidad o barrio. Ofrece información, educación, servicios y espacios de consulta. Está abierta a cualquier tipo de público y cuya actividad se realiza en forma amplia, libre y gratuita.

Las B.P recrean lazos de solidaridad y facilitan la participación de las personas y además se constituyen como esos espacios necesarios para cualquier comunidad. Es de suma importancia para la comunidad contar con una biblioteca popular que contenga diversos documentos en diferentes soportes y que den cuenta de la pluralidad cultural, para poder engendrar el pensamiento crítico de aquellas personas que los abordan.

Estas organizaciones son dirigidas y sostenidas principalmente por sus socios, quienes se constituyen en pilares necesarios de su existencia; vecinos que trabajan ad-honorem.

La Comisión Nacional de Bibliotecas Populares (CONABIP) define a estas organizaciones como “una asociación civil autónoma creada por la iniciativa de un grupo de vecinos de una comunidad.

Ofrece servicios y espacios de consulta, expresión y desarrollo de actividades culturales, de la lectura y de extensión bibli-



tecaría en forma amplia, libre y pluralista.

Las bibliotecas populares son dirigidas y sostenidas principalmente por sus socios y brindan información, educación, recreación y animación socio-cultural, por medio de una colección bibliográfica y multimedia general y abierta al público."

**"Hoy la biblioteca es un espacio de contención para los niños del barrio" Biblioteca Popular del Niño.**

El concepto actual no es el de ser depositaria de libros, sino el de un verdadero centro cultural comunitario; gestado a través de las **demandas** de la gente y completamente orientada a retribuir esas **necesidades**. Como organización **comunitaria**, la biblioteca popular debe ser capaz de incentivar a su colectividad hacia nuevas necesidades que están ligadas con la incorporación de las nuevas tecnologías TIC 'S –Tecnologías de la Información y la Comunicación-

### **Actividad**

**-En esta apartado nos proponemos que cada uno de ustedes defina con sus pro-**

**pias palabras el significado que le dan a su organización.**

**-Cada cual elabore su propio concepto sobre Bibliotecas Populares**

**-Una vez terminado realicen una ronda y compartan con los demás participantes sus definiciones.**

**-Por último, plasmen un concepto sobre bibliotecas populares, tratando de insertar cada uno de los elementos que fueron puesto en debate.**



## **La Biblioteca Popular Del Niño**

La biblioteca popular “Del Niño” fue creada el 14 de julio de 1990, al poco tiempo de haber sido otorgadas las viviendas del conjunto habitacional FONAVI (actual Barrio José María Guido). Un grupo de vecinos preocupados y decididos por fomentar la cultura, pusieron en funcionamiento la actividad de la Biblioteca que empezó a funcionar en la vivienda de un vecino.

El trabajo mancomunado de la primera comisión logro la adjudicación de un espacio público dentro de este barrio, construyéndose la actual sede con la ayuda de una ONG local y con recursos nacionales.

Por un largo periodo de seis años esta institución permaneció cerrada ya que la última comisión administradora abandonó sus funciones y como consecuencia surgieron varias irregularidades ante la Dirección de Bibliotecas Populares.

Al permanecer cerrada y sin el cuidado de personas responsables, el edificio fue blanco de desmanes y robos.

En diciembre de 2006, un grupo de vecinos e instituciones, integrantes de la Red Barrial, comenzaron las gestiones para

recuperar este lugar tan caro para los sentimientos de esta comunidad y necesario para la formación educativa y cultural de la misma.

Actualmente la institución cuenta con más de 8.000 libros desde cuentos infantiles, novelas, materiales bibliográficos de diferentes áreas de estudios, etc.

Cuentan con el rinconcito mágico, un taller para los más pequeños perteneciente al Programa Nacional Primeros Años.

En poco tiempo la biblioteca contará con una sala de informática en la cual se dictará y se enseñará a los que estén interesados. En la institución también se encuentra un “SUM” para dictar diferentes talleres culturales, como el de música.

Actualmente la biblioteca cuenta con 10 empleados, 2 de ellos designados por el Ministerio de Cultura y los demás becados por el Ministerio de Desarrollo Social.

La biblioteca se encuentra abierta al público de 8 hs a 18 hs, de 14:00 a 18:00 hs. Se dictan clases de apoyo escolar de nivel primario y los martes y jueves a partir de las 18:00hs hay clases de apoyo de nivel secundario, dictado por profesores de la Universidad del Comahue –CURZA-

Todo lo logrado no sería posible si no



fuera por el apoyo incondicional de la comunidad en general.

### La pluralidad conceptual

#### Participación

Para todo proyecto la participación de los diferentes actores sociales es de suma importancia.

Las personas toman parte consciente en un espacio, posicionándose y sumándose a ciertos grupos para llevar a cabo determinadas causas. Posibilita nuevos espacios inclusivos y otorga la posibilidad a aquellos actores sociales que quieran ser protagonistas de esos territorios, ya sea en organizaciones públicas, privadas y ONGs, para reclamar situaciones o demandar cambios.

Según - UNICEF - participar es una forma de tomar protagonismo para lo que se va preparando, involucra a todos: niñas, niños, adolescentes, adultos, organizaciones y comunidad en general.

“La participación requiere de una buena comunicación y coordinación entre

los diferentes miembros y su apoyo per-

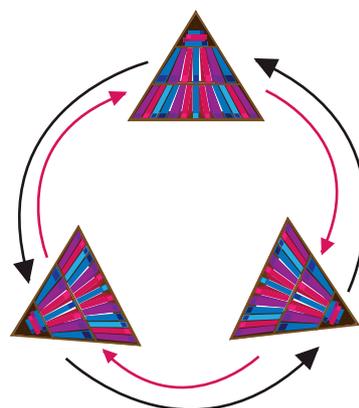
<sup>3</sup>Fondo de Las Naciones Unidas para la Infancia.UNICEF. Colección, Comunicación, Desarrollo y Derechos. Cuadernillo N° 3 en “Participación de niños, niñas y adolescentes”. 2006. Pág.29

manente. Es fundamental ser responsable de la parte que le toca a cada uno en la construcción de una sociedad verdaderamente democrática.”<sup>3</sup>

Participar en las decisiones que afectan la vida cotidiana es una necesidad humana y un derecho cuyo ejercicio incide en el crecimiento individual. Para ello, es imprescindible dar garantías a diferentes valores básicos como el respeto, la oportunidad, la responsabilidad y el apoyo.

Participar junto a otros, ayuda a superar inseguridades, aumenta el compromiso, genera confianza y fortalece las acciones. Consecuentemente, es necesario garantizar algunos principios como la responsabilidad, la confianza, el respeto, la oportunidad, el apoyo entre otras.

- 
- Cooperación.
  - Sujetos activos.
  - Intercambio de ideas.
  - Lograr objetivos comunes



Cuando se habla de red se hace referencia a un modo de organización y gestión, que es capaz de entramar las potencialidades individuales de las personas y las organizaciones para obtener mayores logros colectivos. Se trata de buscar modos de hacer que faciliten la búsqueda del bien común, en donde todas y todos ponen y sacan recursos de toda índole para crear y poder hacer.

Hay objetivos propuestos que se fundan a partir de encuentros, responsabilidades y las estrategias de acción.

Las redes sociales incorporan constantemente propuestas con "aire nuevo" que apuntan a la cimentación de tejidos sociales y culturales, los cuales potencian a cada uno de sus miembros dándoles sabiduría para la resolución de conflictos, para que además, puedan adaptarse, aceptar las diferencias. La red conlleva diferentes estrategias:

1) Reuniones para discusión, elaboración de materiales, capacitación, evaluación, definición de tareas y responsabilidades. Es de carácter participativo.

2) Se originan grupos dinámicos para que accionen de acuerdo a los diferentes

temas.

Los principios que conforman el trabajo en red son:

a) Debe tenerse en cuenta las diferentes percepciones que se tienen de cada realidad. La comunicación: debe ser de índole abierta y multidireccional.

b) Debe haber Sociabilidad democrática.

c): Existen mecanismos de retroalimentación permanente que ayuden a comprender el significado de las acciones.

d) Contextualización: Debe ser pertinente al entorno que lo rodea integrando todos los que allí participan.

e) Debe existir flexibilidad y apertura  
Una red respeta la diversidad de identidades y propone un modo de circulación del poder que es horizontal.

Las redes sociales son estructuras sociales compuestas por grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones tales como amistad, parentesco, intereses comunes o comparten sentimientos.

Cecilia Ceraso, entiende que: *"la fuerza es una función inherente a la vida en la red. La fuerza se basa en tres cosas:*



energía, confianza y acuerdos. La unión de energía es el sustento de la fuerza a la vida del proceso. El afecto y la alegría es el compartir, promueven la común unión. La solidaridad, el bien común. La fiesta y el encuentro generan el movimiento, la sinergia de la fuerza en red”<sup>4</sup>

Hablar sobre la red es poner la mirada sobre reflexiones, acordar, dialogar y entablar encuentros con otros actores desde la cotidianidad a fin de buscar transformaciones y revertir obstáculos.

La red conlleva todo un proceso de construcción que se gesta con continuidad y permanencia.

Cada uno de los actores aporta sus saberes y conocimientos útiles e importantes, donde también hay roles, lugares y responsabilidades diferentes. La red es algo flexible, lo cual permite su apertura para que otros se sumen.

Para que la red logre sus objetivos propuestos debe necesariamente tener presente el tema de la comunicación; elemento indisoluble para cualquier

### **emprendimiento social.**

La red genera

Entramado potencialidades individuales

<sup>4</sup> Ceraso, Cecilia (2011) Sembrando Mi Tierra de Futuro: Comunicación y Gestión para el desarrollo endógeno 1era. Edición. Editores EPC de Periodismo y Comunicación. Pág.36



La red genera:  
Entramado de potencialidades  
Respeto de la diversidad  
Poder horizontal



## **La Comunicación**

Ceraso, Cecilia afirma que la comunicación es un proceso que está cruzado por acercamientos, encuentros, entramados y un sin fin de relaciones. Cuando se inicia un proceso comunicacional es entrar en juego, se dejan de lado las posturas formales, **para abrirse y construir** con otros.

En la comunicación esos procesos son dinámicos, transformándose continuamente. Todo elemento que entra a rodar en los procesos comunicacionales está en permanente relación con los demás, influyéndose uno con otros.

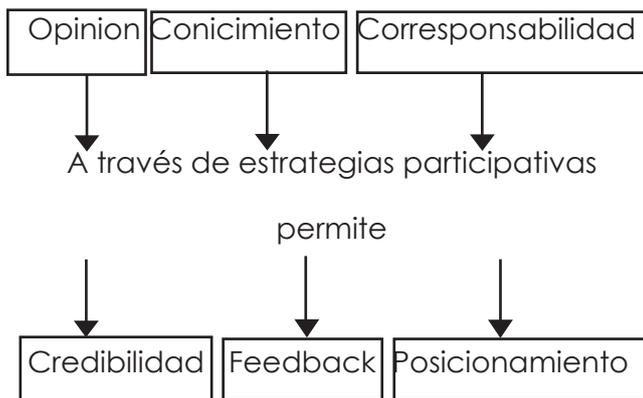
Cuando nos comunicamos producimos sentidos y significamos. Éste, cobra vida en el ámbito en el que todo sujeto se mueve: escuela, barrio, club, biblioteca, etc.



La comunicación permite entramar relaciones, construir un futuro a partir de la participación y además, estar conectados, conocer y respetar las otredades.

**La comunicación nos permite crecer como comunidad**

Por ello, la comunicación genera:



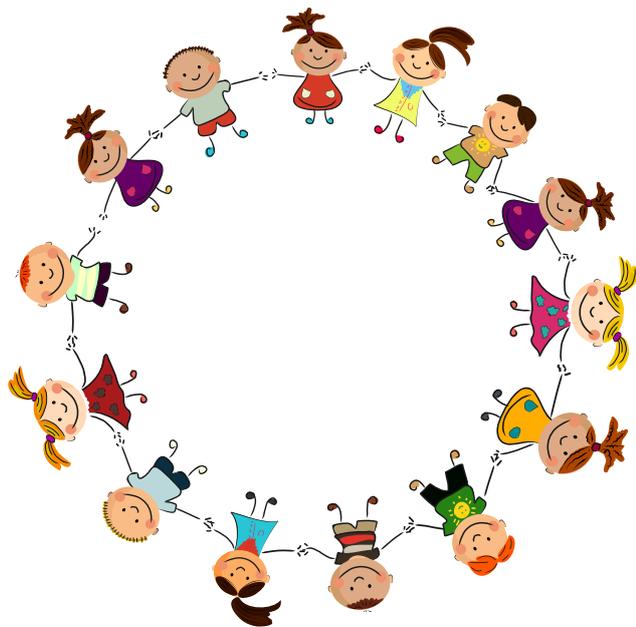
Washington Uranga expresa que la comunicación es esa práctica social de producción, negociación e intercambios de formas simbólicas. No se puede disociar de los actores que la protagonizan y de los contextos en los que se lleva a cabo.

Estos actores somos todos nosotros. Sujetos atravesados por un sinfín de historias de vida.

**“Comunicar es una aptitud, una capacidad; pero sobre todo una actitud”**

**Mario Kaplún**

**Comunidad**



El vocablo **“comunidad”** tiene su origen en el término latino *communitas*.

El concepto hace referencia a la característica de común, por lo que permite definir a diversas clases de conjuntos.

Puede decirse que una comunidad es un grupo de seres humanos que comparten elementos en común, como idioma, costumbres, ubicación geográfica, visión de mundo o valores.

Al concepto **comunidad** se lo puede entender como aquellas formas de relación que se caracterizan por un alto grado de intimidad personal, compromiso moral, cohesión social y continuidad en el tiempo. Se la puede encontrar en una localidad, religión, nación, raza, profesión o –causa

común-. Su prototipo es la familia.

Desde otra apreciación, una comunidad es un grupo global con dos características principales: a) Sitio donde el individuo puede encontrar la mayor parte de las actividades y experiencias que le son importantes.

b) El grupo tiene un sentimiento de identidad.

Una comunidad implica cierta cantidad de elementos para ser comprendida como tal, que exista un grupo donde las partes se sientan identificadas y tengan un objeto en común.

Todas estas concepciones confluyen en lo que entendemos como práctica social.

La práctica social entendida como el conjunto de conocimientos que enseñan el modo de hacer algo, ajustarse a la realidad y bregar para lograr un fin útil, a fin de aplicar y ejecutar una idea.

Adquiere el carácter social cuando pertenece a los miembros que integran la sociedad. Esto implica compromiso y responsabilidad, es un esfuerzo integrado de transformación social.

Jesús Martín Barbero, quien mencionó tres elementos como esenciales en las prácticas sociales: la sociabilidad, la

ritualidad y la tecnicidad, que median en el proceso comunicativo. Lo hacen más diverso, rico y complejo por lo que *“el fortalecimiento de las prácticas sociales autónomas y democráticas y especialmente de la comunicación, producto y componente de ellas, es uno de los mayores desafíos que actualmente se enfrenta y la condición sine qua non, para ir haciendo realidad una utopía sustentada en una libertad comprometida con la justicia y la equidad y en una solidaridad crítica”* (Barbero citado por Orozco Gomez, 1998).

En toda práctica social se desarrollan procesos comunicacionales, pero además, pueden ser leídas como enunciaciones que surgen de esas experiencias que transmiten hombres y mujeres. Las prácticas sociales son también aquello que no se expresa, es decir, lo no dicho, las estrategias de silencio, las resistencia.

Uranga, tomando a Mario Benedetti expresa: *“llega un momento en que cualquier realidad se “acaba” y afortunadamente siempre habrá sujetos capaces de reinventarla”*. Estos actores sociales pueden reinventar esa realidad cuando toman el compromiso real de hacerlo, constituyéndose como aquellos individuos



que en forma libre y espontánea y sin interés de ningún tipo desean donar parte de su tiempo en pos de una causa determinada y en una organización específica.

Ser solidario es el trasfondo del accionar voluntario social.

El voluntariado social debe cumplir ciertas condiciones:

**-Ser desinteresado:** no persigue ningún tipo de beneficio ni gratificación por su ayuda.

**-Ser intencionado:** el voluntariado persigue un fin y un objetivo positivo (buscar un cambio a mejor en la situación del otro).

**-Estar justificado:** responde a una necesidad real del beneficiario de la misma.

Persigue la satisfacción de una necesidad previamente definido como tal.

Existen algunas motivaciones del voluntariado:

**1) Altruismo:** los voluntarios pretenden el beneficio de otros sin recibir ninguna gratificación económica por ello.

**2) Solidaridad:** se trabaja no sólo para otros sino con otros, sintiendo sus problemas como propios, igual que las acciones para solucionarlos y los beneficios obtenidos así.

**3) Calidad de vida:** ayudar a otros

hace sentirse bien a los voluntarios.

**4) Devolución de favores recibidos:**

personas que se beneficiaron del trabajo voluntario de otras devuelven lo recibido a la sociedad.

**5) Aumentar posibilidad de trabajo:**

el voluntariado es especialmente útil para encontrar trabajo en el campo social.

**6) Aumentar las relaciones sociales:**

A través del voluntariado se suele conocer al "otro".

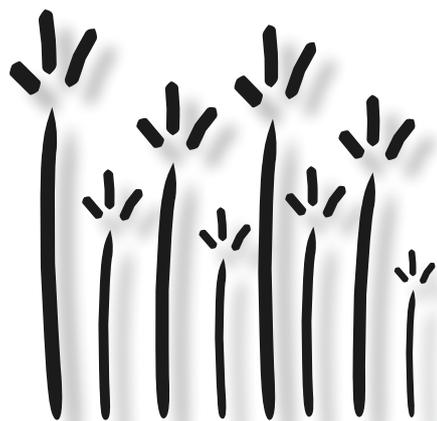
El voluntariado puede entenderse desde un sentido amplio trascendiendo los límites del empleo remunerado y de las responsabilidades normales, convencidos que la actividad a realizar es útil para la humanidad y uno mismo. Es en estos términos donde se puede profundizar el significado del espíritu humanitario y compasivo de las personas.

Vecinos, ciudadanos comunes, familiares, sin pertenecer a ninguna organización son movidos por un sentimiento que los conduce a ayudar allí donde hay una necesidad y atenúan con su labor muchos problemas sociales.

El voluntariado alienta la existencia de diferentes organizaciones como: clubes, entidades intermedias, comisiones de fo-



mento, bibliotecas populares, entre otros.



**“Las Bibliotecas Populares no funcionarían si no tuvieran la ayuda de los voluntarios que en su gran mayoría son los vecinos del barrio” Biblioteca del Niño**

Todo este proceso no sería posible si no es por la intervención del individuo, manifestado como un **actor social**. Éstos, expresan lo que sienten, confrontan realidades y experiencias.

Tratan desde todos los entornos de tomar decisiones para alcanzar un objetivo colectivo para transformar la realidad.

Leon Barrios, Gerardo al respecto afirma: *“Los distintos tipos de actores sociales como mujeres, hombres, jóvenes, adultos, consumidores, ciudadanos, empleados, migrantes, manifestantes, etc, tienen la posibilidad de ser “pensados y estudiados desde la comunicación, asumiendo que son sujetos sociales consti-*

*tuidos por un sinfín de situaciones, condiciones, hábitos, rutinas, experiencias y prácticas sociales en donde lo mediático no ocupa la centralidad de la comprensión de lo comunicativo, sino más bien las relaciones que establecen los sujetos con los otros y con su sociedad, en complejos procesos sociales de comunicación”.*<sup>5</sup>

Territorio

Por otro lado es importante que como organización trabajemos el concepto de Territorio, porque es el lugar donde nos encontramos, el cual sufre constantes transformaciones.

Es el espacio físico por el cual se van a generar infinitos hechos experimentados y puesto de manifiesto por los diferentes actores sociales que se desempeñan en ese contexto.

### **Actividad.**

**En base a este capítulo tener en cuenta las siguientes cuestiones:**

### **¿Por qué elegimos trabajar en una Biblioteca Popular?**

<sup>5</sup> Leon Barrios, Gerardo G. Actores y Escenarios de la Comunicación en la Frontera: Repensar la Participación Desde la Migración y las Ciudadanías. Universidad Autónoma de Baja California (México). Pág. 2. yayo\_leon@yahoo.com



¿Cómo describimos y caracterizamos a nuestro territorio?

¿Cuál es nuestro trabajo en el territorio?

¿Cuáles fueron las motivaciones que nos llevaron a desempeñarnos en él?

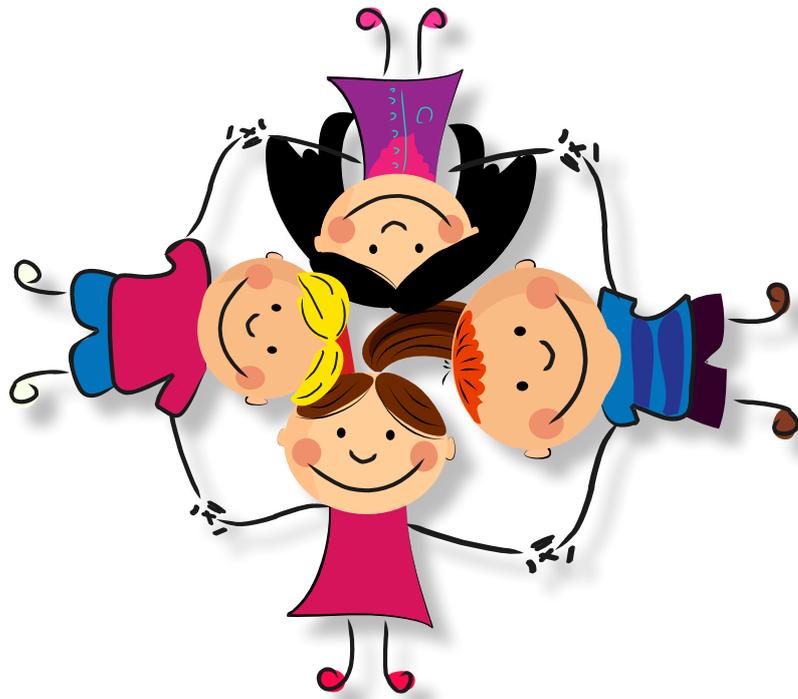
¿Qué deberíamos cambiar en nuestro territorio y cuál sería nuestro ideal?

¿Consideramos que existe un sentido de pertenencia en relación a nuestro territorio? ¿Qué le lleva a pensar afirmativamente?



## Capítulo III

# ENREDANDONOS



## Capítulo III

- **Aportes de la comunicación en las organizaciones**
- **Cómo influyen las prácticas sociales en la comunicación**
- **Comunicación Interna**
- **Comunicación Externa**
- **Herramientas de comunicación**

En este capítulo se abordarán conceptos legitimados dentro del ámbito de la comunicación. Los elementos que constituyen un proceso comunicacional. Asimismo se explicitará la importancia que tiene la comunicación interna y externa en las Bibliotecas Populares. Por último, se plasmarán diferentes herramientas comunicacionales que estas organizaciones pueden utilizar para mejorar los flujos de comunicación entre sus propios integrantes y los públicos que se relacionan con ella.

### **Comunicación**

La comunicación es la cotidianeidad misma, es nuestro pensar, es como el aire mismo para respirar.

Las prácticas de la comunicación en

la sociedad son cuantiosas y diversas. No existe un modelo donde se la pueda encasillar, porque responde a la esencia misma del hombre, como ese sujeto libre y complejamente social. Todos tenemos la capacidad de comunicarnos aún desde el silencio mismo y también de elementos paratextuales, como la vestimenta, los gestos, la mirada, la posición. Nada queda fuera de los procesos comunicacionales que se entablen en la cotidianeidad misma.

La comunicación es tan importante que muchas veces el buen fruto que alcanzamos en la vida depende de la capacidad que tengamos para comunicar nuestros pensamientos y a la vez para recibir y apreciar las comunicaciones del "otro".

Hablar de comunicación es darle sentido a toda práctica sociocultural, donde los acuerdos tácitos, simbólicos y aún desde el silencio producen nuevos escenarios y entramados sociales, desde y a partir de la acción.

Al hablar de comunicación se debe pensar en esa constante interacción social. La comunicación ayuda a edificar esa trama de sentidos que abarca a todos los actores, individuales y colectivos.



Es parte de la sociedad y todo desarrollo se gesta a través de ella.

José Marques de Melo, investigador brasileño y citado por Uranga, entiende que la comunicación es un proceso que atañe comunidades, gobiernos, ciudadanos, sociedades intermedias, en la participación y toma de decisiones, en todos los contextos en que se pueda generar.

La comunicación se presta en todo estadio social explícita o implícitamente; es el eje central de toda práctica cotidiana.

### **La comunicación es construcción de sentido.**

### **Aportes de la comunicación en las organizaciones**

La organización es definida como un sistema complejo de redes que se relacionan diariamente y que necesitan estar constantemente comunicadas desde una manera clara, precisa, eficiente y veraz.

Las organizaciones están constituidas por redes sociales que en su cotidianeidad se fortalecen o decaen, pero que están integradas por sujetos sociales que a través de esas relaciones, tratan de salir adelante con sus planes de vida buscando plasmar

sus necesidades primogénitas, como la educación, salud, alimento, entre otras, por medio del trabajo que en ellas se ejecutan.

Fernández, Collado define a la comunicación organizacional como el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio.

La comunicación debe ser capaz de influenciar en las opiniones, destrezas y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos.

Según Abraham Nosnik, doctor en comunicación social, para que la comunicación sea efectiva dentro y fuera de la organización ésta debe ser:

- **Abierta:** El objetivo está anclado en la comunicación al exterior de la organización; esto hace referencia al medio más usado por la organización para enviar mensajes tanto al público interno como externo.
- **Evolutiva:** Hace énfasis en la comunicación imprevista que se genera dentro de una organización.
- **Flexible:** Permite una comuni-



oportuna entre lo formal e informal.

- **Multidireccional:** la comunicación se direcciona hacia puntos diversos: de arriba hacia abajo, de abajo hacia arriba, transversal, interna, externa.

- **Instrumentada:** Utiliza herramientas, soportes, dispositivos; acuerdos para que la comunicación llegue en el momento preciso y tenga el efecto esperado.

La comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio. Pero para encontrar una armonía dentro de la organización, se debe abogar por una comunicación horizontal.

- **Comunicación Horizontal:**

- Intercambio lateral de mensajes.

- Se da entre personas que se encuentran a un nivel semejante dentro de la organización.

- Los mensajes están relacionados con la tarea o con factores humanos, coordinación, participación en la información, solución de problemas o arreglo de conflictos.

La comunicación no debe caer en la

sencillez o en la mera transmisión de información, dando lugar a poderes hegemónicos, que detentan una comunicación unidireccional.

Ésta debe ser capaz de generar estados pluridireccionales e incentivar la participación colectiva y democrática a través del diálogo.

Paulo Freire, que trabaja en consonancia con la comunicación para el desarrollo, entiende que si la comunicación es reducida a la transmisión de informaciones, quienes se constituyen como emisores van a contar con una gran mayoría de receptores subordinados a su poder en una sociedad verticalista y unidireccional, déspota. Si por el contrario, se le da lugar a la capacidad de reciprocidad y de diálogo que puede incitar la comunicación, entonces las posibilidades de participación de cada individuo son más reales en la sociedad, y esta tendrá un sentido más democrático.

Uranga, Washington en su obra "*La comunicación es acción: Comunicar desde y en las prácticas sociales*", Entiende que es preferible usar el concepto de procesos comunicacionales cuando uno se refiere a la relación entre comunicación y prácti-



cas sociales, en lugar de hablar lisa y llanamente de comunicación.

Este concepto se corresponde con un pensamiento de la comunicación que se apunala sobre todo en la relaciones y en las interacciones de los individuos que son actores de la misma. Esto es precisamente a lo que se refiere Uranga.

Es decir, a las prácticas de comunicación que se comprueban y pueden ser reconocidas en el contexto de las prácticas sociales. Son situaciones comunicacionales gestadas por actores, tanto individuales como colectivos, en permanente interacción y anclados en proyectos, en organizaciones, en instituciones.

### **Las prácticas sociales en la comunicación**

Cuando un comunicador social es llamado a desarrollar una estrategia de comunicación favorable a una política pública de características participativas, generalmente se tropieza con un viejo problema: el de la comunicación como instrumento.

En general, las organizaciones del Es-

tado o de la sociedad civil aprecian a la comunicación en términos pura y exclusivamente de medios que sirvan para difundir, convencer o clarificar mensajes y contenidos.

Una vez que esto sucede, el comunicador social, media pedagógicamente y comienza a aclarar que la comunicación no es un mero instrumento mediático, sino que es una relación social y cultural, que sus protagonistas -sujetos significantes y significadores- interactúan en prácticas socio culturales concretas.

Es allí, en esas prácticas donde hay que intervenir para desatar procesos de comunicación.

La comunicación es la resultante de estas prácticas sociales, así lo entiende Orozco Gómez cuando expresa: "*actualmente la comunicación debe ser entendida como proceso y producto de diversas prácticas sociales cuyos componentes básicos son la sociabilidad, la ritualidad y la tecnicidad. Desde una perspectiva democrática esas prácticas deber ser fortalecidas, especialmente en uno de sus aspectos esenciales: el diálogo y los "escenarios" para ese diálogo*".<sup>6</sup>

### **La comunicación es una relación so**

<sup>6</sup> OROZCO GOMEZ, Guillermo. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación N° 62. junio 1998.



## cial cultural

En el ensayo “De los medios a las prácticas”, Martín Barbero menciona tres dimensiones o componentes esenciales en una práctica social.

Al primero lo llama la “**sociabilidad**”, el cual se encuentra enraizado en una dimensión interpersonal y colectiva. Ésta se orienta en racionalidades como son los afectos, el poder, las luchas, etc. La socialidad entendida como esa trama que activan en la cotidianidad diferentes actores sociales en su lucha por sobrevivir, relacionarse y mantener su identidad.

El segundo es la “**ritualidad**” entendida como una permanencia que va más allá de lo espontáneo en la comunicación y que otorga a la práctica, su dimensión de “práctica”. Debido a la ritualidad de las prácticas sociales se hace posible operativamente la expresión de los nuevos sentidos originados por los sujetos sociales.

La tercera dimensión se relaciona con la “**tecnicidad**”, característica ésta, que atravesando lo estrictamente instrumental, por ejemplo de los procesos de comunicación, admite desarrollar nuevas sensibilidades. La tecnicidad es parte consustan-

cial de estos procesos y la circunstancia adecuada para el esbozo de nuevas prácticas sociales. Sin idoneidades sensibles no es posible la transformación de las prácticas. Esta dimensión es muy significativa cuando se busca generar nuevas prácticas que a su vez generan nuevos sentidos y nuevos procesos de comunicación, más allá de los incitados y restringidos por los mismos medios y tecnologías de información.

El elemento medular y objeto de fortalecimiento de las prácticas sociales es el diálogo y además, para que estas se efectúen dentro de un marco autónomo, democrático y de comunicación.

Es un desafío constante para que esto sea así y la condición sine qua non para ir haciendo realidad esa utopía amparada en una libertad comprometida con la justicia, equidad y de una solidaridad crítica.

El diálogo que en varias ocasiones se constituye como el interlocutor de las audiencias con los mismos medios, transformando los procesos de recepción en legítimos procesos de producción de sentido y connotación. Al respecto, Orozco Gómez afirma: “*Este tipo de diálogo-interlocución es el resultado de una*



*práctica social, no de la mera exposición a los medios y sus mensajes, y supone entender de manera integral al proceso de comunicación como uno necesariamente mediado desde diversas racionalidades o fuentes de mediación, y no solo determinado desde una de ellas". Y agrega: "Las prácticas sociales son acciones reflexionadas entre interlocutores que colectivamente producen sentidos a su comunicación y confieren significados a su acción, a su agencia. Y dado que las prácticas no se despliegan en el vacío social e histórico, el desafío aquí, entonces, es crear, ampliar y fortalecer los "escenarios para el diálogo" desde donde se revitalicen los procesos comunicativos"*<sup>7</sup>.

La comunicación no debe caer en la sencillez o en la mera transmisión de información, dando lugar a poderes hegemónicos, que detentan una comunicación unidireccional.

Ésta debe ser capaz de generar estados pluridireccionales e incentivar la participación colectiva y democrática a través del diálogo.

Uno de los erudito en comunicación,

<sup>7</sup>Orozco Gómez. Opus Cit. Pág.2

Paulo Freire, que trabaja en consonancia con la comunicación para el desarrollo, entiende que si la comunicación es reducida a la transmisión de informaciones, quienes se constituyen como emisores van a contar con una gran mayoría de receptores subordinados a su poder en una sociedad verticalista y unidireccional, déspota. Si por el contrario, se le da lugar a la capacidad de reciprocidad y de diálogo que puede incitar la comunicación, entonces las posibilidades de participación de cada individuo son más reales en la sociedad, y esta tendrá un sentido más democrático.

En este sentido, León Barrios, Gerardo en una de sus obras analiza el proceso comunicativo desde y a partir de la praxis social: "*los distintos tipos de actores sociales como mujeres, hombres, jóvenes, adultos, consumidores, ciudadanos, empleados, migrantes, manifestantes, etcétera, tienen la posibilidad de ser "pensados" y estudiados desde la comunicación, asumiendo que son sujetos sociales constituidos por un sin fin de situaciones, condiciones, hábitos, rutinas, experiencias y prácticas sociales en donde lo mediático no ocupa la centralidad de la comprensión de lo comunicativo, sino más bien las relaciones*



que establecen los sujetos con los otros y con su sociedad, en complejos procesos sociales de comunicación.”<sup>8</sup>

Uranga, Washington en su obra *“La comunicación es acción: Comunicar desde y en las prácticas sociales”*, entiende que es preferible usar el concepto de procesos comunicacionales cuando uno se refiere a la relación entre comunicación y prácticas sociales, en lugar de hablar lisa y llanamente de comunicación. Este concepto se corresponde con un pensamiento de la comunicación que se apuntala sobre todo en la relaciones y en las interacciones de los individuos que son actores de la misma.

Esto es precisamente a lo que se refiere Uranga.

Para este autor, los procesos comunicacionales hacen referencia a los actores, a espacios de necesidades y demandas comunicacionales ligadas con las prácticas que se verifican en la sociedad. Y agrega *“gestionar la comunicación en la sociedad*

<sup>8</sup> Leon Barrios, Gerardo G. Actores y Escenarios de la Comunicación en la Frontera: Repensar la Participación Desde la Migración y las Ciudadanías. Universidad

*en cualquiera de sus aspectos supone gestionar la comunicación de la propia vida y de la propia existencia. Porque la comunicación es inherente e inseparable de las prácticas sociales [...] Comunicación y acción son inseparables en la realidad del sujeto y en las prácticas sociales de los grupos, de las organizaciones y de las comunidades. Por este motivo la comunicación para el cambio social es una tarea que involucra y compete a los actores, sujetos individuales y colectivos, al ámbito concreto en que estos se desempeñan y al contexto en el que el propio ámbito y los actores se encuentran insertos.”<sup>9</sup>*

Es impensado hablar de comunicación sin tener en cuenta las prácticas sociales, ya que éstas son las que generan constantemente las acciones, porque la comunicación se define por la acción. *“Cuando hablamos de comunicación nuestra preocupación está centrada en las prácticas sociales entendiendo a los propios medios y a la comunicación como partícipes de esas prácticas”.*<sup>10</sup>

Lo cotidiano, el devenir constante de todos los actores sociales y en diferentes

<sup>9</sup>URANGA, Washington. La comunicación es acción: Comunicar desde y en las prácticas sociales. Septiembre 2005, Pág. 1/2.-

<sup>10</sup>Ib. Pág.1



contextos, hacen que la comunicación sea el fruto de esas prácticas sociales; diferenciándose una de otra por la fluidez que se da en esos espacios particulares. Hay una suerte de complementariedad entre comunicación y práctica social: una depende de la otra.

#### La Comunicación interna.

La misma debe estar dirigida a toda la organización, con el fin de apoyar las transformaciones y cambios que en ella se producen.

En muchas instituciones se hace un hincapié mayor en la comunicación externa, sin considerar una mínima estructura de la interna. Para ello, debe ponerse énfasis en su servicio y estrategias, para que la gestión de la comunicación interna sea posible, admitiendo que debe estar compuesta en los procesos de toma de decisiones y de gestión de proyectos.

Es decir, poner énfasis en las fuentes de información de carácter estratégico.

La gestión de la comunicación se fundamenta en:

- de la organización.

-La implementación de nuevos instrumentos y métodos de trabajo.

-Una definición precisa y cualitativa de los puestos, tareas y funciones.

-Gestionar la integración y sinergia de todos los servicios, trabajos y niveles de la empresa.

-La adaptación permanente a los cambios y a la toma de decisiones.

-Una buena estrategia de aplicación a partir de los responsables, a todos los niveles de actuación.

-Integración de los colectivos que forman la organización.

-El conocimiento de las culturas que lo componen.

-Asegurar la gestión, el trato y la difusión de los sistemas de información y de comunicación.

-El uso de los medios adecuados.

Todos los procesos de producción social de sentido que se originan al interior de la organización, tanto si se encuentran en el ámbito físico de la institución como el simbólico, constituyen la comunicación interna. Un ejemplo de ello se aprecia cuando se hacen reuniones destinadas a los empleados o la vinculación entre éstos y



sus superiores, aún cuando se dan fuera del edificio de la entidad, pues porque se trata de una interacción simbólica, en donde se manifiestan procesos de producción de sentidos.

En la comunicación interna se deben considerar dos ejes básicos: Por un lado los flujos de mensajes relacionados y como circulan éstos al interior de la estructura jerárquica y que pueden ser:

ascendentes, descendentes, horizontales o transversales. Por otro, los modos en los que la comunicación circula: los cuales pueden ser formales e informales.

De acuerdo al primer eje:

-mensaje descendente: van desde el nivel jerárquico hacia las escalas inferiores de la organización.

-mensajes ascendentes: fluye desde el nivel inferior a la escala superior.

-mensajes horizontales: Es básicamente la comunicación entre los compañeros o miembros que se encuentran en el mismo nivel jerárquico.

-mensajes transversales: son los que atraviesan toda la organización sin respetar jerarquías.

El segundo eje:

-La comunicación formal: se da a través de los canales prefijados por la organización. Es el lenguaje y significados "oficiales" de la institución.

-La comunicación informal: se corresponde con los procesos de producción de sentidos originados en el interior de la organización. Está por fuera de la formalidad y de los canales pre-establecidos por la organización. Un ejemplo de ello se puede visualizar, en la idea de red cultural, el cual une a todos los sectores de la organización. El rumor es el elemento que constituye esta red, al cual se lo vincula con el manejo de la información "no oficial". En este aspecto se le quita importancia a la posición que ocupa dentro de la estructura jerárquica formal de la organización.

Dentro de la institución, la comunicación interna cumple ciertas funciones como por ejemplo:

-Impulso: La comunicación es elemental para que se alcancen los objetivos y resultados de la organización. Canaliza la voluntad de impulsar cambios.

-Innovación: La comunicación puede dinamizar el proceso de incorporación de



las innovaciones en la organización: tecnológicos, jerárquicos, estructurales, etc.

-Implicancia: Es poner en común a través de la comunicación. Aquí, los miembros se involucran en la toma de decisiones.

-Información: Una adecuada comunicación interna propicia la llegada de información relevante a todos los niveles de la organización.

-Identidad: Una comunicación bien entendida genera valor para la organización. Contribuye a que los miembros asuman valores.

A través de la comunicación interna de la organización todos los miembros pueden saber su visión, misión y conocer los valores que son la esencia de la cultura organizacional. *“La misión de la comunicación interna es crear las condiciones necesarias para la satisfacción de la estrategia general de la organización. En este sentido, la comunicación interna es una estrategia transversal al servicio de otras”* <sup>11</sup>

imaginamos en el tiempo; tal vez algo inalcanzable, pero que muestra el sentido de existencia de cualquier organización.

La visión lleva a la transformación. Es lo que la Institución debe ser y además debe tener en claro hacia dónde debe dirigirse. La visión ayuda a definir la razón de la existencia de la organización. Un ejemplo de ello, un gran supermercado se plantea que en un breve tiempo será la cadena más grande del país en venta de alimentos y que además, fabricará sus propios productos.

**¿Qué se entiende por misión?** Es el motivo o la razón de la existencia de la organización. Es lo que le da sentido y orientación a las actividades. Es lo que pretende realizar para lograr la satisfacción de los públicos. La misión debe contar con tres elementos: El propósito de la organización, es decir para que existe y cuáles son sus metas. Los valores morales y normas de conducta de la organización. Por último, hacia dónde va la organización, metas a cumplir, estrategias y tácticas a utilizar para alcanzar las metas.

**¿Qué es la visión?** Es algo que nos

<sup>11</sup> Taller de Producción de Mensajes. Comunicación interna y Externa en: Dos cara una moneda .www.perio.unlp.edu.ar/tpm. Pág.5

**La Comunicación externa.**



La comunicación externa es el enlace que se entabla entre la Institución y los públicos externos. Tiene como propósito contribuir a la coordinación de la organización con el macrosistema o sociedad para que ésta a su vez alcance sus objetivos. Por ello, la institución debe contar con la gestión de la comunicación externa la cual armonizará intereses para sí y la de sus públicos.

Esto será posible en la medida en que la institución, a través de su sistema de comunicación organizacional, conozca a sus públicos externos, determinando su relación, sus características, sus necesidades, etc.

La gestión de la comunicación externa influye en la formación de la imagen de la institución, la cual está en el imaginario colectivo y tiene repercusión en el éxito o fracaso de la institución.

Esta gestión permitirá a la institución constituirse en una fuente primaria de información sobre sí misma y para sus públicos externos. El objetivo es informar y generar aclaraciones en ocasión de errores y al mismo tiempo evitar que la

información transmitida sea mal interpretada.

Un ejemplo cotidiano de formas de mantener una buena relación externa son los medios de comunicación social, hay que considerarlos y no omitirlos. Algunos de ellos son:

**-El contacto interpersonales con los encargados o representantes de los medios,** esto permitirá tener las puertas abiertas de los medios de comunicación social en cualquier momento ya que una de las funciones de los medios es la de formar opinión pública. Estos contactos son de real importancia.

**-Envío de información general constante a los medios sobre la institución.** La información tiene un valor referencial para los medios de comunicación a la hora de hacer sus publicaciones, por lo que se transforma en un servicio social.

**-Envío de información con formato de comunicado de prensa.** En esta forma se destaca la conferencia de prensa para comunicar a la institución o información específica sobre ella y también sirve para cultivar relaciones entre la institución y sus públicos externos.



**-Invitación frecuente a los medios para asistir a reuniones o actividades de la institución.** Esta es una de las formas para brindar información actualizada a los periodistas, no sólo de la institución sino también sobre temas que se traten en la actividad realizada. Esta actividad también puede ser considerada como un servicio social.

Otras formas de comunicación externas son: las reuniones con otras instituciones, la participación en actividades de promoción donde se generan varias relaciones, con los proveedores de servicios, y con los públicos; la elaboración de materiales y medios de comunicación propios para transmitir el mensaje institucional.

La publicidad es una de las formas más utilizadas. Ella puede presentarse en varias formas: escrita, radial, televisiva o audiovisual y también está el patrocinio a acciones públicas o actividades de interés social.

Todas las acciones realizadas que sirvan a la comunicación externa son útiles a la vez para la institución, porque demostrará que es capaz de comunicar lo que ella es.

Esto le confiere un gran valor en la sociedad actual. Dichas acciones no serán

vistas por el público, sólo verán el mensaje final, pues el público no ve procesos de decisión, objetivos, estrategias o tácticas. Sólo ve los hechos que significan para él.

Es por ello que el público debe ser discriminado según los intereses que la institución tenga. Cuanto mejor se identifican los públicos que generarían respuestas positivas para la institución, los resultados van a ser beneficiosos en la obtención de los logros de los objetivos. Por eso, siempre que se tejan estrategias de comunicación externa es importante considerar cuáles son los públicos más indicados a la hora de comunicar. *“La dimensión externa de la comunicación organizacional excede las acciones que tienen por destinatarios los públicos –objetivo, ya sean clientes, electores o beneficiarios. Implica además, la relación con todos los integrantes de otras organizaciones que forman una cadena de valor, como por ejemplo proveedores.”*<sup>12</sup>

Sentada la importancia de tener presente a la comunicación externa y afirmando que la misma será quien sea la encargada de contactar a los públicos externos a la institución, es pertinente

<sup>12</sup>Taller de Producción de Mensajes. Comunicación Interna y externa. Dos caras, una moneda. Pág. 8 [www.perio.unlp.edu.ar/tpm](http://www.perio.unlp.edu.ar/tpm).

saber que esta comunicación no podrá existir sin el apoyo de la comunicación interna para la formulación y gestión adecuada del mensaje institucional.

Además de todas las formulaciones de comunicación externa –campañas publicitarias, promoción, etc.- es preciso comunicar en primer momento al interior de la organización para generar un clima de complicidad con los públicos internos. Se tendrá entonces, como resultado final una mejor fluidez del mensaje emitido y en consecuencia, públicos internos acabadamente informados.

La comunicación sea externa o interna desempeña roles fundamentales para la organización, pero diferentes a la vez dentro de la misma. Ambas formas comunicacionales son interdependientes, por lo que desde la dirección de comunicación –si la hubiere- han de ser planificadas para que se apoyen mutuamente y dirigirse en un mismo sentido para contribuir a alcanzar los objetivos de la organización.

### **Herramientas de comunicación**

**¿A quiénes están dirigidas? ¿Qué saben de la organización? ¿Qué les interesa**

**saber? ¿Qué conocimientos tienen? ¿Qué quiero comunicar a este o estos grupos?**

Las Herramientas de comunicación son definidas, diseñadas y producidas en función del mensaje que queremos transmitir y del destinatario al cuál queremos llegar, quizás queremos comunicar algo a los miembros de una organización o a la comunidad en general.

También se tiene en cuenta a la organización que desea transmitir el mensaje, su estilo de gestión de las comunicaciones y la imagen que transmite en el territorio donde trabajamos o que quiere transmitir.

Las Herramientas de comunicación pueden ser de diferentes soportes: digital, audiovisual, radial, escrito, los cuales abren un abanico de oportunidades para la gestión de herramientas.

### **Cartelera**

Es descendente, pero es un efectivo medio de comunicación y se debe colocar en un lugar de tránsito seguro del personal o público en general que visita la BP. Puede contener información general, reglas o el estatuto de la organización, in-



formaciones que intercambia el personal. Es necesario que su contenido este ordenado para que visualmente sea de rápida lectura y notorio el cambio periódico de su información. Es necesario, para evitar malos entendidos, consignar en cada mensaje los remitentes y su fecha.

El lugar donde se decida colocar la cartelera debe ser en función de la información que deseemos comunicar. Por ejemplo, en la sala de reuniones del personal o en la entrada de la BP.

### **Reuniones**

Las reuniones son un espacio de comunicación para: informar, capacitar, reflexionar, tomar decisiones, etc. Lo importante es contar con un espacio acorde y convocar a los participantes con la debida antelación para que todos estén presentes.

Las reuniones sirven para fomentar la participación, e integración. Puede ser complemente informal, para que los miembros de la organización no se sientan presionados al momento de opinar y debatir.

### **Buzón de Comunicaciones**

Permiten que todos los integrantes de la organización se expresen con libertad y puedan hacer conocer a los niveles superiores -comisión directiva y director- de la organización sus planteos e inquietudes. No deben tenerse en cuenta los mensajes anónimos.

El Buzón puede ser utilizado para recibir comentarios de los visitantes de la Biblioteca. De esta manera podremos brindar una mejor atención.

### **Folletos**

Esta herramienta, la más utilizada, debido a su capacidad de sintetizar información en un diseño compacto y atractivo. Consiste en una presentación concisa y clara acerca de la organización. Normalmente se gesta bajo la forma de díptico o tríptico (hoja de papel ilustración con pliegues en dos o tres partes), aunque algunas organizaciones cuentan con brochures de varias páginas y otras, con carpetas comunes con hojas en formato carta o A4. Dentro este folleto podemos publicar:

### **El logotipo institucional**



Información sobre quiénes somos.

Qué hacemos (programas y/o proyectos, talleres).

Cuáles son nuestros valores.

Cuáles son nuestros espacios de intervención y, en algunos casos, información particular referente a un proyecto específico.

Además de ello, la brochure debe ofrecer los datos de contacto de la organización (dirección, teléfono, correo electrónico).

Las herramientas puede aprovecharse para invitar a potenciales colaboradores y/o socios, solicitar la donación de fondos o productos o invitar a voluntarios para que participen de nuestro proyecto comunitario.

## **Email**

Es un elemento utilizado para difundir información de manera generalizada a todos los miembros de la organización o a todos los socios de la BP, a los medios de prensa.

El email es una herramienta fácil, sencilla y económica de utilizar sólo debemos saber qué queremos comunicar.

## **Buzón de sugerencias**

Es una herramienta importante de comunicación ascendente, permite a todos los voluntarios de la organización, hablar y ser escuchados. Su puesta en marcha establece un espacio de participación que propicia la promulgación de ideas. Su implementación habilita un lugar donde la gente desarrolla e incrementa su sentido de pertenencia en el día a día de manera explícita.

La organización tiene que pensar en el buzón de sugerencias como la puesta en concreto de un medio tangible y transparente donde los empleados pueden volcar sus inquietudes y propuestas de cambio.

Hay que tener en claro que el buzón requiere de un seguimiento continuo. Las personas responsables de él deben informar correctamente cuando y cómo se van a levantar las sugerencias y cuando y cómo se van a dar las respuestas.

Para que esta herramienta dé resultado tiene que transformarse en un ida y vuelta entre los empleados y la organización.



Para poder conocer su evolución hay que hacer una evaluación del mismo donde la organización pueda saber sobre qué se consulta más o bien sobre qué temas se proponen cambios. Las evaluaciones van a permitir saber sobre qué aspectos actuar y qué cosas generan incertidumbre en la gente.

## **Eventos**

Son herramientas que requieren invertir gran cantidad de recursos: humanos, monetarios y de tiempo, ya que su organización implica múltiples variables (logística del lugar, envío de invitaciones, convocatoria de los vecinos del barrio, socios, etc.). A pesar de ello, sus posibilidades son muchas. Sirven para inscribir nuevos socios, para dar visibilidad de la causa que impulsan, para difundir las acciones que llevan adelante, para ofrecer espacios de contacto directo y comunicación bidireccional. Cuando se piensa en un evento es fundamental tener en cuenta los siguientes aspectos:

### **Tipo de evento (muestras de trabajos,**

### **seminarios, talleres, foro).**

Calendario (que no coincida con otros eventos importantes, ya sea de otras BP, o feriados nacionales, provinciales, seminarios o eventos ).

Organización (los encargados deben realizar los preparativos y estar desde el principio hasta terminar el evento).

Recursos disponibles (económicos, humanos, etc.)

En la convocatoria deben tener en claro los invitados del evento, si será la comunidad en general, la prensa o sólo los miembros de la organización. Porque los eventos pueden ser para los grupos externos a la BP así como para sus integrantes: comisión directiva, equipo de trabajo, voluntarios, destinatarios.

La organización del evento suele hacerse para la recaudación de fondos, hallar nuevos socios, presentación de campañas, jornadas de capacitación, charlas abiertas. En el plano interno, los eventos más comunes son: para planificar o evaluar las metas estratégicas del año, de encuentro y reflexión o para fortalecer los lazos de la organización.



## **Spot publicitario radiales o televisivos**

Son piezas de comunicación cortas, de apenas segundos o pocos minutos que se utilizan para sintetizar un mensaje o idea. En general, las organizaciones los incluyen como parte de campañas de concientización o sensibilización para grupos de destinatarios específicos o para la sociedad en general. También muchas buscan desarrollar mensajes de posicionamiento institucional, para ser conocidas por la sociedad. Al momento de desarrollar una pieza radial o audiovisual hay que considerar:

¿Qué "recorte" del trabajo que se realiza va a presentar la organización?

¿Cómo va a definir la organización el mensaje a transmitir? ¿Quiénes serán consultados sobre esto?

¿Cómo se puede explicar de forma clara y sencilla el tema, para que quienes no están familiarizados con él puedan comprenderlo?

¿Cuáles son las mejores palabras e imágenes para utilizar? ¿Cómo mostrar la realidad en la cual trabajamos sin estigmatizar prejuicios y presentando un mensaje positivo y alentador?

¿Qué canales adicionales vamos a

ofrecer para que la gente se contacte con la organización?

## **Gacetilla de Prensa**

A diferencia de las herramientas que se venían presentando, que se generan para entrar en contacto o enviar directamente a sus destinatarios finales, la gacetilla de prensa es una pieza que se ofrece a los periodistas para que ellos publiquen la información que el destinatario final va a leer o escuchar.

Tiene ciertos lineamientos específicos que la distinguen de las demás herramientas. La estructura del contenido debe seguir la regla de la "pirámide invertida", esto es, comenzar con la información más importante primero y seguir con la menos importante. Para eso:

El titular debe ser una frase atractiva y altamente informativa a la vez, que cree expectativas e invite a leer.

El texto debe iniciarse con el mensaje o idea principal, que ocupará el primer párrafo y presentará las cinco preguntas clásicas: quién, qué, cuándo, dónde y por qué.

Los siguientes dos o tres párrafos se



emplearán para desarrollar y justificar el citado mensaje principal con ideas complementarias.

En el último párrafo se establecerán las conclusiones y las repercusiones a futuro que el hecho puede tener.

Es indispensable ofrecer datos de contacto para que los periodistas o lectores puedan comunicarse con la organización.

### **ACTIVIDAD**

**¿La comunicación que se entabla dentro y fuera de la organización cree Usted que es la ideal? ¿Por qué? ¿Qué debería mejorar con respecto a ella?**

**Hagamos un pequeño análisis de nuestra realidad comunicacional y describan qué herramientas comunicacionales están utilizando y mencionen cuál es su público objetivo.**

**¿La herramienta seleccionada es la adecuada? ¿Qué resultados le dieron? ¿Fueron los esperados, cuál era el objetivo del mismo?**





## Capítulo IV

# MANOS A LA OBRA



## Capítulo IV

### **Diagnostico y planificación de la comunicación**



Perspectivas de planificación



Planificar desde la participación



Los pasos de la planificación:



Prediagnóstico



Diagnóstico



Planificación

**En este apartado ponemos a disposición de los bibliotecarios una caja de herramientas para poder llevar adelante un proyecto comunicacional.**

**El gran disparador y base de este capítulo fue el libro “Sembrand o mi Tierra Futuro” que fue utilizado durante los talleres de Trazando Líneas.**

#### **Qué entendemos por planificación**

La planificación es una actividad esencialmente humana, cada uno de nosotros tenemos la habilidad de prever las acciones que vamos a realizar, y esto sucede cuanto más importante es el cambio que nos proponemos obtener, para ello

tendremos en cuenta los recursos con los que contamos y de esa manera podremos hacer un uso eficiente de los medios.

Para Ezequiel Ander Egg *“la planificación consiste en utilizar un conjunto de procedimientos que introducen mayor racionalidad y organización en actividades y acciones, para alcanzar una situación deseada mediante el uso eficiente de medios y recursos”*. (1)

Para Susana Yacobazzo la Planificación es *“...la toma anticipada de decisiones tendientes a reducir la incertidumbre y las sorpresas, a guiar la acción hacia una situación deseada, mediante la instrumentación racional de los medios”*. (2)

Para Carlos Matus la Planificación es la instancia previa a la acción y la que preside los distintos pasos que se darán en ésta.

También podemos decir que la *Planificación es una herramienta que nos permite pensar de forma estratégica nuestras acciones*.

Cuando planificamos pensamos de una manera estratégica nuestras acciones.

*“...planificar implica sostener los procesos de desarrollo desde una mirada integral de la realidad. Donde se tenga en*



cuenta la cultura, los modos de estar en el mundo que tienen los diferentes pueblos y las formas de construir sentidos”<sup>13</sup>

**“La planificación es el puente para llegar a nuestro sueños” Biblioteca Popular del Niño**

**Motivaciones para la planificación**

En los procesos socioculturales la planificación tiene diversas motivaciones. Pero tres de ellas son relevantes:

1. Racionalidad: Siempre buscamos la racionalidad; nos vemos obligados a hacerlo porque generalmente los medios y recursos de que disponemos suelen ser escasos. Como contraparte los objetivos que deseamos alcanzar suelen ser múltiples y diferentes. Por lo tanto deberemos seleccionar las alternativas más convenientes para alcanzar el objetivo deseado.

2. Conocimiento de la realidad: Cuando planificamos es necesario conocer nuestra realidad, todo lo que nos rodea para reducir incertidumbres o llevarlas a su mínima expresión. Por eso necesitamos realizar

<sup>13</sup> Ceraso, Cecilia Sembrando Mi Tierra de Futuro: Comunicación y Gestión para el desarrollo endógeno 1era. Edición. Editores EPC de Periodismo y Comunicación. (2011). Pág.82

un diagnóstico que nos permita optar por la mejor alternativa.

3. Tomar decisiones: Es resolver una situación o modificar factores de la realidad que impiden llegar adonde nos proponemos. Esto significa que tendremos que realizar actividades para alcanzar metas y objetivos. ¿Qué vamos a hacer?, ¿Cómo lo vamos a hacer?, ¿Cuándo y con qué lo vamos a hacer?.

Muchas veces cuando hablamos de planificación nos referimos a planes, programas y proyectos indistintamente. Comúnmente decimos que vamos a planificar un proyecto, un programa o un plan.

La planificación puede contener a todos ellos. Pero en realidad cada uno representa distintos niveles de actuación y es necesario conocer el concepto de cada uno de ellos:

¿Qué es un Plan?: Llamamos plan a un determinado nivel de realización. Es algo global y muy abarcativo que expresa lineamientos políticos-técnicos fundamentales para alcanzar metas y objetivos propuestos. Un plan refleja lo deseable y en un documento expone:

-Prioridades

-Asignación de recursos



- Estrategias de acción
- Medios
- Objetivos
- Curso deseable
- Desarrollo nacional de un sector.

Pero se materializa a través de Programas y Proyectos coordinados y sistematizados.

Un Plan puede ser integral: Cuando abarca muchas propuestas; o sectorial: cuando solo comprende a un sector. Por ejemplo: el sector Salud.

¿Qué es un Programa?: Es un conjunto de Proyectos de similar naturaleza que están organizados y relacionados entre si. Está integrado por actividades y servicios para alcanzar un objetivo en un tiempo determinado. El conjunto de programas materializa lo deseado en un Plan.

¿Qué es un Proyecto?: Es un conjunto de actividades concretas interrelacionadas y coordinadas entre si que se ejecutan para resolver problemas o para producir bienes o servicios que sirven para alcanzar un objetivo determinado. Tanto los programas como los proyectos se concretan a través de actividades organizadas y articuladas entre sí. Pero la diferencia radica en que el

Proyecto es de menor magnitud (un programa está compuesto por un conjunto de proyectos y se realiza para resolver un determinado problema).

¿Qué es una Actividad?: Llamamos actividad a un nivel menor de planificación porque comprende realizar una serie de tareas con la finalidad de alcanzar metas y objetivos específicos de un proyecto.

¿Qué es una Tarea?: Es una acción simple, concreta y específica. Varias tareas conforman una actividad. Ejemplo de una tarea sería cambiar un vidrio, limpiar un piso; ir a comprar una regla, etc.

### **Perspectivas de Planificación**

Existen diversos tipos de planificación, sin embargo tienen grandes diferencias en cuanto a dónde se pone al sujeto, sea el planificador y los miembros de la organización.

### **Planificación Normativa.**

Esta planificación rige su procedimiento ateniéndose en forma estricta a una serie de normas que indican cómo deben



realizarse las acciones para alcanzar las metas y objetivos que modificarán un ámbito social determinado.

La planificación normativa tiene 3 características centrales:

La primera supone que, la realidad, puede ser manipulada u orientada por el planificador, sin tener en cuenta opiniones y perspectivas de los actores sociales involucrados, que son los principales interesados de cómo se realizará la planificación y principalmente en qué cambiará esa realidad una vez finalizado el plan.

La segunda es el rol central, exclusivo y decisivo que ocupa el planificador, entendido como la persona técnica capacitada para desarrollar la planificación. Es un experto que no se "contamina" de la realidad.

La tercera característica central es el diseño de la planificación. A éste se atiende el planificador. Ese diseño con sus normas indica qué es lo que debe hacer para alcanzar el objetivo deseado. Luego de analizar una realidad, que será su diagnóstico, el planificador determinará –según las normas- qué acciones realizar y en el tiempo para ejecutarlas. Todo ese diseño se desarrollará conforme una lógica: la

normativa.

### **Planificación Prospectiva.**

La prospectiva es un instrumento que nos permite anticiparnos a la acción.

Este tipo de planificación busca analizar un abanico de posibilidades de futuro.

Nos ayuda a construirlo, a comprenderlo y a intentar influir en él.

Para Juanjo Gabiña (3) la planificación prospectiva tiene 3 postulados: El primero es ver al futuro como un espacio de libertad, porque no es algo inmutable sino que nosotros tenemos la libertad para influenciarlo. ¿Cómo? a través de una serie de opciones para construir el horizonte más conveniente. Esto nos hace libres: poder modificar algunas tendencias, ideas y hechos que conllevan hacia el futuro.

Tener la libertad de elegir el camino que más nos conviene no significa que ese camino sea fácil, que no cometeremos errores en cada decisión que tomemos.

Podremos cometer errores de observación, en las herramientas que elijamos, en las fuentes de información que seleccionemos, que optemos por la teoría más adecuada, etc.



Por eso mientras planificamos el futuro debemos analizar y evaluar permanente las tendencias más fuertes, hechos e ideas que son portadores de futuro.

Otro de los postulados es considerar al futuro como espacio de poder. Particularmente muchos dirigentes llegan a "perder" poder por falta de previsión pues muchas de sus políticas y acciones interesan para lo inmediato y no en proyectos a largo plazo. No se anticipan a los problemas para procurar un cambio deseable. Es decir, carecen de una cultura de la anticipación. Tampoco hacen una reflexión prospectiva para considerar los factores más importantes del sistema ni toman en cuenta las opiniones de los diferentes actores sociales interesados en ese futuro.

Es decir son faltantes de una prospectiva, o sea anticiparse y desarrollar una estrategia que contenga un plan operativo de diferentes acciones para reducir riesgos.

En cuanto al futuro también es visto como un espacio de voluntad porque debemos mantener firme el rumbo que nos hemos fijado. Soñamos un proyecto, elegiremos el camino posible para

realizarlo y alcanzar el objetivo. Debemos desplegar una férrea voluntad, hacer constantes equilibrios entre nuestras necesidades de corto y largo plazo y tratar de liberarnos de lo cotidiano y urgente para pensar en el largo plazo.

### **Planificación Estratégica:**

Esta planificación tiene algunos matices de semejanza con la planificación normativa. Pero son sólo matices porque al compararlas hallamos grandes diferencias.

Tienen el mismo punto de partida: el diagnóstico; analizan la realidad actual, sus problemas y obstáculos. Sobre esta base desarrollan un proyecto hacia el objetivo deseado.

Ambas intentan influir en el ámbito social, darle racionalidad a las acciones para cumplir metas, pero intentan reducir la incertidumbre de maneras diferentes.

La planificación estratégica busca aprovechar las oportunidades favorables que tienen los procesos sociales para desarrollar la planificación. De esta manera intenta reducir los riesgos e imponderables que se vayan presentando. Busca antici-



parse y estar preparado para superarlos.

Por ese motivo tiene una visión particular de los procesos sociales. Los conceptualiza como realidades complejas y dinámicas porque actúan personas con intereses, valores, preocupaciones y expectativas diferentes. A esa complejidad cambiante a cada momento sólo se la puede entender desde adentro. Las soluciones no llegan con el solo conocimiento técnico ni con diseños ya elaborados que digan cómo debe planificarse. Se debe trabajar con las personas involucradas, escucharlas y entender sus realidades. Es el modo apropiado para ir sorteando los problemas. Porque en definitiva son ellas las protagonistas de la actual problemática y de la futura solución. Son ellas las que también planifican. ¿Por qué? Porque en forma individual o grupal tienen sus propios planes que coinciden o discrepan entre ellos y con el del planificador.

Por eso, el planificador tratará de ubicarse en esa realidad. Intentará que los conflictos puedan superarse a través de un consenso social. Porque son los actores quienes acordarán llegar al objetivo que más convenga.

A la planificación estratégica no le inte-

resa seguir un diseño que señale el camino, que diga cómo debe desarrollarse una planificación, lo que debe hacerse en cada paso, sino que se enfocará en el cómo va a realizarla. Debe tener en cuenta los obstáculos, opiniones y deseos de los restantes actores sociales. Planificar es avanzar pero también retroceder y reorientar nuevas acciones. ¿Por qué? Porque si la realidad es compleja e incierta contagia cualquier planificación lineal que elaboremos por anticipado.

Tampoco el control del proceso pertenece al planificador solamente.

El diseño por sí mismo no importa. Lo que realmente interesa es seguir de cerca cada paso de la planificación, observar cómo se irán sorteando cada problema que se presente. Es decir que no es un proceso rígido más bien flexible.

En este concepto la planificación es una herramienta que permite pensar las acciones en forma estratégica, es decir que esa mirada integral permita ver todos los factores y actores involucrados.

### **Planificación de procesos comunicacionales**



una herramienta que permite pensar las acciones en forma estratégica. Es decir, que esa mirada integral permita ver todos los factores y actores involucrados.

#### **La planificación:**

 **Disminuye el grado de incertidumbre**

 **Es el puente para llegar a nuestro objetivo**

 **No es una receta**

 **El proyecto se encuentra en constante evaluación**

 **Siempre partimos de la realidad**

 **Proceso permanente de retroalimentación**

#### **Nuestra mirada sobre la planificación:**

##### **La planificación participativa**

Este tipo de planificación se caracteriza por la participación activa de las personas en todo el proceso, desde, la elaboración del pre-diagnóstico, el diagnóstico, la planificación. y el diseño de estrategias. Además, desde esta perspectiva se contempla la visión de todos los actores sociales involucrados.

Para ello es necesario que todos los miembros participen y se sientan parte del proceso, desde el diagnóstico, la identi-

cación del problema, hasta la construcción de las posibles soluciones que puedan dar a la organización.

Sin embargo, para que todo esto ocurra es imprescindible que todos los participantes tomen conciencia de la importancia de su acción y la de trabajar en conjunto.

La planificación participativa es una de las herramientas más eficaz para que todos los miembros de la organización construyan nuevos saberes, nuevas alternativas para engendrar lazos con la comunidad y fortalecer la identidad de la organización.

**“Planificar nos permite crecer y poder brindar un mejor servicio a la comunidad”**

**Biblioteca Sol Naciente.**

Desde esta perspectiva, el proceso será descentralizado tanto en la toma de decisiones como en la definición de los objetivos. En este marco genera e impulsa un flujo de comunicación horizontal o una comunicación desde “abajo hacia arriba”, la cual puede atravesar toda la organización. Pero para que esto suceda será importante que exista una consolidación



en todo el momento de la planificación y que todos concuerden con las estrategias para llegar a la situación deseada.

Es importante saber que pueden existir obstáculos o problemas a la hora de la planificación, como por ejemplo,

-  No poder identificar el problema real, debido a que existirán diferentes maneras de recortar la realidad
-  Que no tengamos los datos necesarios para identificar el problema.
-  Que los objetivos no sean los adecuados para resolver el problema.
-  Que los objetivos no sean viables.
-  Que existan obstáculos externos para llevar adelante nuestras metas.

**“La planificación nos permite construir un mejor futuro para la organización” Biblioteca Pablo Neruda.**

Cuando seleccionamos la planificación participativa, podremos utilizar ciertas metodologías. Primero será necesario que cada de uno de nosotros, conozcamos un poco más de nuestra organización, identifiquemos los actores, el contexto, los canales de comunicación, etc. Para

ello deberemos comenzar con el diagnóstico comunicacional.

### **Los pasos de la planificación.**

El proceso de planificar comprende 4 momentos diferenciados: Diagnóstico, Planificación, Gestión y Evaluación.

Pero a su vez en cada uno de estos momentos se pueden reconocer actividades de los otros tres.

A la par van dándose otros procesos que ayudan y complementan a estos:

- conocer
- tomar decisiones
- hacer
- aprender

Desde este punto de vista la planificación es vista como una totalidad.

### **Antes de empezar con el Diagnóstico es importante realizar un Pre-diagnóstico**

El Pre-diagnóstico es contar con un primer acercamiento a los problemas visibles y latentes de la organización. Consiste en la identificación y descripción y análisis preliminar de una serie de problemas o necesidades estratégicas de comunicación de la organización que constituye



el insumo necesario para encarar el diagnóstico y la planificación participativa.

A través del pre-diagnóstico podemos establecer una primera mirada comunicacional de la organización. Además, identificaríamos situaciones problemáticas para proponer alternativas y dinámicas, para animar un proceso participativo que profundice y construya soluciones colectivas a lo detectado previamente, como también para relevar y diagnosticar otras necesidades institucionales.

Para el pre-diagnóstico deberemos identificar:

**Los actores:** Los que inician una propuesta. Pueden ser los bibliotecarios, dirigentes de otras organizaciones; vecinos autoconvocados; propuestas con iniciativas externas, etc.

**El contexto:** Describimos el barrio y su realidad: Desocupación, violencia, cómo son ocupados los espacios públicos del barrio.

**Los canales de comunicación entre los actores:** A través de la junta barrial, de la biblioteca, de talleres, de espacios culturales, de espacios deportivos, etc.

**Lenguaje y códigos utilizados:** Generalmente es el informal, pero también puede

ser a través de mail, Chat, redes sociales, radio, etc.

**Flujos de comunicación:** Pueden observarse flujos horizontales (donde hay una participación netamente democrática). También pueden observarse algunos flujos verticales (quienes conducen toman la mayoría de las decisiones o influyen). En este último caso a veces puede tener un trazo autoritario.

### ***Herramientas para llevar adelante el pre-diagnóstico***

Se utilizará el método cualitativo y participativo. El primero plantea que el pensamiento y la realidad son elementos que hacen a la construcción del conocimiento en este tipo de trabajo. El objeto investigado habla y el sujeto de la investigación -comunicadores- establece con él una relación de interdependencia e interacción que determina el desarrollo y el resultado de la investigación cualitativa.

La perspectiva cualitativa acentuará la descripción e interpretación sobre la vida social y cultural de los miembros de las bibliotecas y su comunidad.

Las técnicas participativas tienen simi-



lares características, pero las herramientas que brinda plantean un marco conversacional en una situación de autorreflexión y autoanálisis de principio a fin, diluyendo la fragmentación entre producción discursiva y análisis. Para ello, se utilizarán instrumentos que ayuden al grupo a sistematizar ideas, para alcanzar acuerdos conclusivos. Las técnicas participativas engloban un conjunto de dinámicas grupales. En este sentido, se constituyen como tal, los talleres y actividades de similares características.

**Observación.** Para llevarla a cabo, el investigador puede optar por convertirse en un miembro más del grupo (observación participante), o bien para observarlos desde fuera (observación no participante u ordinaria). El investigador debe ganarse, en cualquier caso, la confianza de las personas que intervienen en el proceso. Debe lograr su aceptación y evitar en lo posible que su presencia interfiera o perturbe de algún modo las actividades cotidianas del grupo.

**Entrevistas individuales.** Es muy importante que en las entrevistas se logre lo que se conoce con el nombre de "simpatía". Ésta implica el establecimiento de un clima de confianza mutua, comprensión y

afinidad emocional entre el entrevistador y el entrevistado.

**Análisis de documentos.** El investigador reunirá una colección de documentos diversos que necesitan ser interpretados a fin de extraer la información que contienen sobre la historia y características de la organización. Esto lo llevará a inferir algunos aspectos importantes de la cultura de la misma.

**Discusión en grupos pequeños.** Sesiones de grupo con una discusión dirigida.

**Dramatización.** Proporciona datos sobre la percepción que la gente tiene de ciertos papeles, relaciones y situaciones de trabajo.

FICHA PARA REALIZAR EL PRE-DIAGNÓSTICO

<p>1-Pre- diagnóstico: Esta es una mirada global que se hace del lugar donde llevaremos a cabo nuestra planificación y observaremos todos los elementos que se nombraron anteriormente.</p> <p>2-Organización:.....</p> <p>3-Quiénes son los actores: Aquí nombramos a las personas que participaran del proceso tomando la iniciativa y que son parte del escenario que estamos mi</p>
---

rando.

.....

4-Con quiénes se comunican: Aquí nombramos a las otras personas que son parte de esa comunicación.

.....

5-Cuál es el contexto: Aquí contamos como es el territorio , la situación en la que viven los actores de comunicación y la circunstancia que rodean sus relaciones.

.....

6-Cuáles son los canales de comunicación: Aquí contamos a través de qué medios circula información, cuáles son los espacios de comunicación.

.....

7-Qué lenguajes y códigos se utilizan: Cómo hablan los actores qué métodos y/o modos utilizan: oral o escrito, formal o informal, o coloquial o burocrático.

.....

8-Cómo son los flujos de comunicación:

La comunicación puede tener un flujo horizontal, donde todos participan, democráticamente. También, puede ser vertical, es decir cuando el que conduce toma la decisión, a veces puede ser autoritario

.....

.....

### **DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO**

El diagnóstico es el primer paso de la planificación. A través de este proceso se puede conocer e interpretar la realidad para transformarla. Existen diferentes maneras de realizar un diagnóstico. Sin embargo, todo esto surge cuando la organización e instituciones comienzan a vislumbrar algunas situaciones, problemas y necesidades que inquietan o generan malestares dentro de la organización, la cual puede trascender fuera de la organización.

Por ejemplo en el taller "Trazando Líneas" durante diagnóstico surgieron algunas cuestiones: Poca participación de la gente en la biblioteca, falta de



infraestructura para realizar actividades, falta de comunicación entre los compañeros del turno mañana y tarde.

### **EL DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO ES UN PROCESO EDUCATIVO**

Para realizar un buen diagnóstico es recomendable que lo realicen todos los miembros de la organización, siendo este una construcción colectiva, un proceso de socialización, de dialogo y de análisis donde proliferan aspectos positivos de la organización y las situaciones problemáticas que necesitan ser resueltas.

Asimismo, el diagnóstico participativo permite fortalecer los lazos de solidaridad de la Biblioteca.

Desde esta perspectiva “la cuestión no es únicamente la de incorporar a los integrantes de la organización como sujeto de conocimiento sino la de vincular sujeto de conocimiento con sujeto de acción” . Es decir, de cómo este proceso de producción de conocimiento construye a los actores como protagonistas de un proyecto transformador. Desde el momento en que los bibliotecarios participan en el análisis

de la situación inicial, en la comprensión y en el conocimiento de la realidad cotidiana, están construyendo nuevas formas de actuar y relacionarse.

### **LA PARTICIPACIÓN PROMUEVE EL FORTALECIMIENTO DEL ENTRAMADO INSTITUCIONAL**

Aspectos positivos del DIAGNÓSTICO PARTICIPATIVO



Es una herramienta democrática.



La organización identifica los problemas y propone las posibles soluciones.



Se intercambian conocimientos.

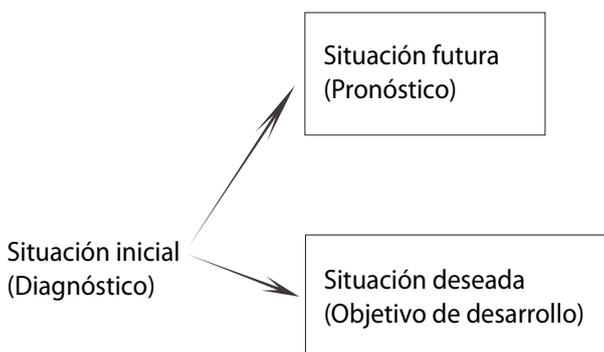
Junto a lo anterior podemos decir que el diagnóstico participativo permite conocer la situación inicial en forma sistemática. Además, se comprende la situación económica, política, social y cultural de la organización o comunidad. La situación actual es nuestro punto de partida real, que nos permite crear una hipótesis de nuestra situación futuro.

Para ello, se deben gestar líneas de acción, es decir, lo que nos ocurrirá si no delineamos líneas para revertir las situa



ciones que causan problemas en la organización.

En este sentido, el diagnóstico no es sólo un proceso de investigación donde se observan problemas sino que es un camino para construir colectivamente un proyecto que nos lleve a una situación deseada. En este sentido debemos imaginarnos líneas de acción, propuestas y estrategias que transformen la realidad. Y que éstas nazcan de los saberes individuales y colectivos de la organización.



### **TODOS DEBEMOS AVERIGUAR EL POR QUÉ DEL PROBLEMA**

El proceso del diagnóstico puede comprender varios aspectos pero los principales son:

- 1: Identificar el o los problemas.
- 2: Saber sobre las causas del problema.
- 3: Examinar las consecuencias del

problema.

4: Realizar el plan de diagnóstico.

5: Seleccionar líneas de acción.

Para llevar adelante el diagnóstico participativo se pueden utilizar varias herramientas o dinámicas grupales. Esto permitirá trabajar con mayor profundidad los datos e información recolectada en el pre-diagnóstico.

En este momento presentaremos algunas de las técnicas que utilizamos. Es posible que descartemos algunas herramientas. Se pueden utilizar aquellas que crean necesidad para llevar adelante su diagnóstico con mayor profundidad.

### **La lluvia de ideas**

Este método permite que se pueda consensuar el problema comunicacional central que puede afectar a la organización.

El objetivo del ejercicio es obtener información pertinente y en forma rápida, trabajando en forma conjunta, o con un grupo reducido que esté directamente involucrado con la problemática. A diferencia de la entrevista, los temas son más



abiertos y se busca recolectar todas las ideas y percepciones de los miembros de la organización.

Algunos ejemplos de aplicación:

- Cuando se necesita investigar por primera vez un aspecto de la vida de la comunidad o de la organización (.Ej. Por qué los vecinos del barrio no participan en las actividades de la organización);

- Cuando se necesita obtener una idea general de las percepciones y reacciones de los actores intervinientes frente a una propuesta o un evento (por ejemplo, el poco compromiso de los miembros de la biblioteca en las actividades).

Tiempo requerido: es muy breve.

Generalmente es una fase de introducción a otros ejercicios donde se va a analizar la lluvia de ideas.

Material necesario: Pizarrón, afiches, tiza y fibrones.

Metodología:

Paso 1: introducir la dinámica con una pregunta abierta sobre el tema que interesa, como por ejemplo: comunicación interna, comunicación externa.

Escribir la pregunta o memorizarla.

Paso 2: los participantes deben visualizar todas las ideas expresadas sobre tarjetas

(una por tarjeta, máximo 3 líneas).

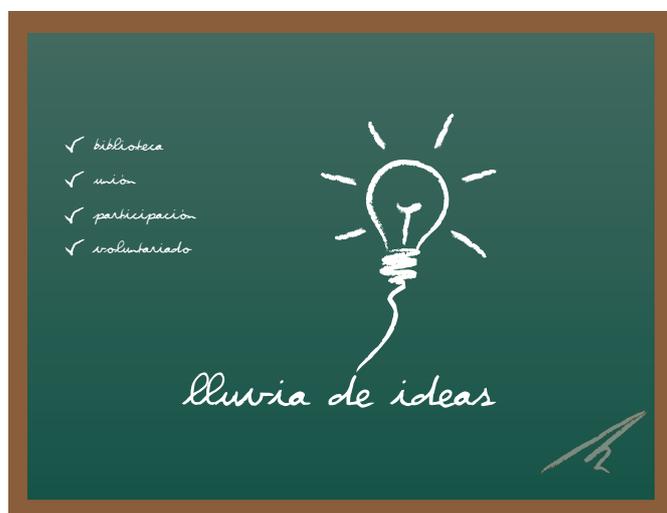
Paso 3: el facilitador reúne todas las tarjetas, las mezcla y las coloca sobre la pizarra, leyendo cada una en voz alta. No se elimina ninguna tarjeta.

Paso 4: se agrupan las tarjetas que expresan una misma idea. Si los participantes están de acuerdo, las tarjetas repetidas pueden ser eliminadas, pero es mejor reemplazarlas por una nueva con una formulación acordada por todos.

Ninguna tarjeta sale de la pizarra si no hay consenso. Cada vez que se manipula una tarjeta se lee en voz alta para todos los participantes.

Paso 5: se agrupan las tarjetas que tratan ideas directamente relacionadas.

Paso 6: decidir qué trabajo se va a hacer sobre el resultado (según los casos, nueva lluvia de idea enfocada sobre uno de los temas que aparecieron, ejercicios



de análisis, priorización).

Problemas visibles

1-Poca participación de la comunidad

2-poca difusión de actividades

3-poca comunicación entre los voluntarios de los turnos Mañana y tarde.

Esta lluvia de ideas será un primer acercamiento para el reconocimiento de los problemas.

Las herramientas de investigación, nos permitirá adentrarnos e implicarnos en la organización, en la comunidad o en el territorio, para conocer e identificar los actores sociales que están involucrados en la misma.

**Las decisiones que tomemos con respecto a la elección de una metodología de investigación o técnica van a depender de lo que necesitamos conocer y de las posibilidades que tengamos para llevarlas adelante.**

**Mapa de actores o diagrama de Venn**

Utilizando el diagrama de Venn podrán obtener información sobre las diferentes funciones que desempeñan las instituciones, organizaciones, grupos y personas

importantes de la Biblioteca. Así como su influencia en ésta. Es una herramienta que se emplea para visualizar las interacciones entre actores diferentes y permite a los miembros de la organización atribuir un valor a cada institución en relación con su importancia para la organización. El diagrama puede mostrar también quiénes son los que participan en cada institución desglosados por función, responsabilidad, representación (Estado, ONG, etc)

Objetivos

Identificar y caracterizar organizaciones, grupos o personas importantes, externas o internas, que tienen una relación, directas o indirectas, con la Biblioteca.

Identificar quiénes son los participantes en las organizaciones, instituciones y grupos locales, por género, riqueza y otros criterios.

Comprender cómo se relacionan entre sí las diferentes organizaciones, grupos y personas en términos de contactos, cooperación, flujo de información, prestación de servicios, etc.

**El diagrama de Venn deberá elaborarse de manera transversal y de esta**



**manera la técnica estimulara el debate.**

### **Metodología.**

1. Identificar las organizaciones, instituciones, grupos y personas, dentro y fuera de la organización, que son importantes para la biblioteca y que trabajan con ella.

Es importante no olvidarse de ninguna institución, incluso hay que tener en cuenta a las organizaciones y grupos informales que nos ayudaron en algún momento.

2. Escribir todas las instituciones que se mencionen y asignar a cada organización, grupo o persona un único emblema.

Utilizar símbolos que todos puedan comprender fácilmente.

3. Trazar un gran círculo, representando a las personas mismas, en el centro del papel o sobre el terreno.

4. Analizar qué importancia tiene cada organización para la gente y por qué. Los más importantes se inscriben después en un gran círculo y los menos importantes en círculos menores. Comparar los tamaños de los círculos y ajustarlos de forma tal que cada círculo corresponda a la importancia relativa de la institución, organización, grupo o persona.

5. Investigar cómo se beneficia la organización. Mostrar el grado de contacto y cooperación entre la Biblioteca, las organizaciones, instituciones, grupos y personas importantes. ¿Qué organizaciones trabajan unidas? La distancia entre los círculos muestra el nivel de contacto e interacción:



Una gran distancia entre círculos muestra poco o ningún contacto o cooperación.



Los círculos que están muy cercanos muestran cierto contacto.



Los círculos que se tocan indican cierta cooperación.



Los círculos que se superponen indican una cooperación estrecha.

6. Identificar las instituciones que trabajan con las Bibliotecas Populares, marcar con un mismo símbolo aquellas que tienen las mismas características y con otras aquellas que representan al Estado.

7. Identificar las instituciones y grupos privados que realizan donaciones y participan en diferentes propuestas de la Biblioteca o pueda llegar a hacerlo.

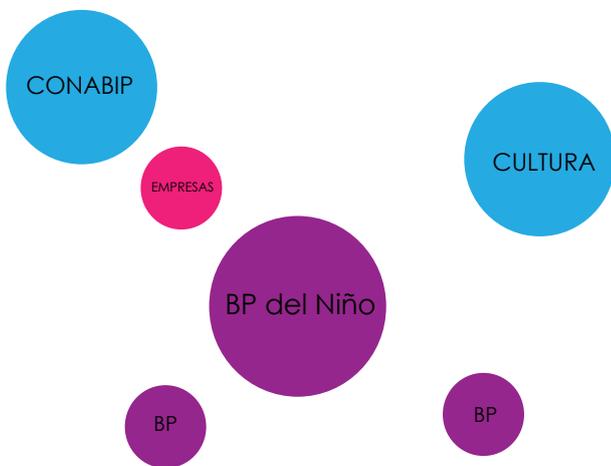
8. Sólo si hay tiempo y los participantes están motivados, el grupo podría examinar las virtudes e insuficiencias de las insti



tuciones que se han señalado como **consecuencias.**  
más importantes.

### **Materiales necesarios**

Un afiche, lápices y marcadores de colores. Podrá ser más fácil cortar en círculos papeles de distintos colores y pegarlos en una gran hoja para poder hacer cambios fácilmente a medida que surgen los debates.



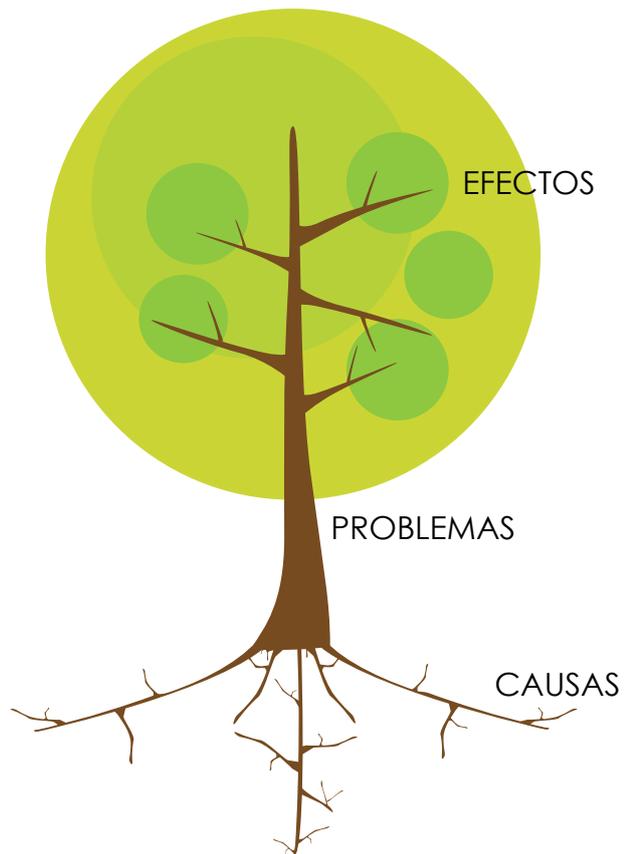
### **Árbol de problemas**

Es una técnica participativa que ayuda a identificar el problema y organizar la información recolectada en el pre-diagnóstico, donde se genera un modelo de relaciones causales que lo explican.

Esta técnica nos permite identificar las causas y consecuencias.

Estructura del Árbol de Problemas.

**El tronco del árbol es el problema central, las raíces son las causas y la copa las**



### **Cómo construir el árbol de problemas.**

**Descripción del Problema:** ¿Cómo se manifiesta el problema? Las manifestaciones constituyen los hechos visibles y cuantificables que permiten constatar o corroborar la existencia del problema.

Éstas surgen al responder la pregunta

¿Cuáles son los hechos que permiten verificar la existencia del problema?

- **Causas:** se explica el origen del problema. Para ello conviene responder a la siguiente pregunta: ¿Cuáles son los hechos, situaciones o factores que producen los resultados insatisfactorios que



denominamos manifestaciones? El número de causas varía de un problema a otro. Pero, lo importante es que las causas sean las suficientes y necesarias para explicar el problema.

- **Consecuencias:** son los hechos o situaciones que describen el impacto que genera el problema sobre otros problemas.

La identificación de las consecuencias de un problema permite ratificar o validar la importancia del mismo.

#### **Consecuencias:**

La biblioteca cerrada



#### **Problema**

-Poca participación de la comunidad en las actividades de la Biblioteca.

-Pocos voluntarios y socios



#### **Causa**

No hay inserción social

No existe el sentido de solidaridad.

La gran mayoría no sabe que existe una Biblioteca popular y gratuita en el barrio

#### **Cuadro de realidades**

Esta herramienta sirve para desmenuzar

de manera ordenada toda la información que recolectamos en el prediagnostico comunicacional. Además, podemos delinear de manera inmediata las líneas de acción para modificar las situaciones problemáticas que afectan a la organización.

Por otro lado, el cuadro de realidades permite que la organización no sólo identifique la realidad negativa de la biblioteca sino aquellos aspectos positivos que benefician y que pueden acentuarse para potenciar nuestro proyecto.

#### **Metodología**

##### **Realidad.**

En el recuadro de más arriba habrán observado que debemos describir la realidad positiva y negativa de nuestra organización. 1. Hace referencia aquellos aspectos positivos de nuestra organización y los que podemos utilizar en nuestro proyecto.

En cuanto a la realidad negativa son aquellas situaciones que dificultan el trabajo o el desarrollo de la biblioteca y que podemos modificar.

##### 2. Datos.

Los datos son las situaciones concretas que reafirman nuestras realidades.



### 3. Las Causas

En este momento deberemos buscar cuáles son las causas de esas realidades y la dividiremos en profundas y superficiales, las primeras son las causantes estructurales que generan obstáculos y no dependen de nosotros, ya que son difíciles de revertir en la práctica.

Las superficiales son las coyunturales y las más fáciles de transformar.

### 4 Tendencias

En este momento deberemos describir la realidad en el futuro y que sucedería si nadie toma la iniciativa para cambiarla.

### 5 Líneas de acción

En este interviú llevaremos adelante diferentes acciones para modificar o fortalecer las tendencias.

		DATOS	CAUSAS		LÍNEAS DE ACCIÓN
POSITIVAS	NEGATIVAS		PROFUNDAS	SUPERFICIALES	



POSITIVA	NEGATIVA	DATOS	PROFUNDAS	SUPERFICIALES	TENDENCIAS	LÍNEAS DE ACCIÓN
	Poca participación de la gente en la biblioteca	A través de la entrevista se verificó que los jóvenes y niños del barrio en su mayoría no conocían la Biblioteca.	No hay inserción social.	desinterés por la lectura	La biblioteca se vaciara y cerrara.	Conocer los intereses de los chicos de la comunidad y buscar un acercamiento
Los miembros continúan trabajando.		Asisten a cursos y programas para bibliotecarios.	Absorción de nuevos saberes sentidos		Mejores aperturas hacia la comunidad.	Continuar la capacitación. Promover encuentros con otras bibliotecas.
	Pocos empleados.	Poca gente quiere trabajar voluntariamente.	No existe el sentido de solidaridad.	No hay interés en prestar servicio.	La biblioteca cerrará.	Dar a conocer el espacio como parte de la cultura popular del barrio. Reflexión sobre el sentido de sostener el espacio.
La comunicación con otras instituciones es muy amplia.		Reuniones constantes para amrar eventos.	Buscan fortalecer la unión del barrio y solucionar problemáticas sociales.	Capacidad para integrar sus intereses.	Lazo de comunicación.	Organizar reuniones más a menudo.



**Técnica MATRIZ FODA**

<b>F</b> ORTALEZAS	<b>O</b> PORTUNIDADES
<b>D</b> EBILIDADES	<b>A</b> MENAZAS

Tanto las fortalezas como las debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, y solo se puede tener ingerencia sobre ellas modificando los aspectos internos.

**Fortalezas:** son las capacidades especiales que tiene la organización, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la comunidad. Recursos con los que se cuentan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

**Oportunidades:** son aquellos factores que resultan positivos, favorables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la Biblioteca, y que permiten obtener ventajas para ofrecer nuevas cosas a la comunidad.

**Debilidades:** son aquellos elementos que provocan una posición desfavorable

frente a los servicios que pueda llegar ofrecer la biblioteca, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

**Amenazas:** son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

Ejemplo: Objetivo: realizar un taller en planificación

<p><b>Fortalezas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Se trata de un proyecto participativo.</li> <li>-Puede generar cambios dentro de la biblioteca.</li> <li>-promueve la construcción de nuevos saberes</li> <li>-Ganas de seguir incorporando actividades</li> </ul>	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Hay capacitadores ad honorem.</li> <li>-Las Universidades fomentan la relación con las organizaciones sociales.</li> <li>-Posibilidad que otras Bibliotecas Populares se sumen.</li> </ul>
<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Falta de información.</li> <li>-Falta de tiempo de la comisión.</li> <li>-Falta de comunicación entre los turnos de trabajo.</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-Falta de apoyo de la Secretaría de Cultura.</li> <li>-procesos burocráticos para gestionar talleres.</li> <li>-existe imposición de talleres por parte del Estado.</li> </ul>

**Confecionando la planificación**

Como mencionamos en párrafos anteriores la planificación no es una receta y ni un proceso estanco. Hay diferentes

maneras de llevar adelante una planificación y la misma dependerá de las particularidades de la organización y de los miembros que llevan adelante dicho proceso.

La planificación participativa puede ser analizada desde varias dimensiones. Primero convoca voluntades para la visualización de problemas y de la selección de objetivos de transformación.

Segundo, a través del trabajo colectivo se priorizan las estrategias de desarrollo que responden de manera eficaz a los problemas comunicacionales que atraviesan las organizaciones.



Intervención activa de los miembros de la organización.



Reflexión conjunta de la situación.



Los participantes tienen sentido de pertenencia.

**La selección de la planificación participativa no es sólo una cuestión técnica sino una selección política.**

Para llevar adelante un proyecto es importante delinear un Objetivo General,

que es la situación deseada de la organización, el cuál surgió luego del análisis del diagnóstico. Pero para llegar hasta allí, es necesario hacer un breve análisis de la viabilidad del proyecto, tanto económico, social y político.

Todo proyecto debe estar contenido principalmente por los siguientes pasos:

**Título del proyecto:** Es la presentación del proyecto. El mismo debe reflejar lo que queremos hacer.

*Ejemplo: Espacio de recreación literaria "Trazando líneas"*

**Resumen del proyecto:** Relataremos brevemente de que se trata nuestro proyecto. Asimismo, es importante que respondamos las siguientes preguntas Qué queremos hacer, su importancia, destinatarios, dónde lo vamos hacer y cuál es su costo.

*Ejemplo: Con este proyecto se buscará generar un espacio de participación y producción comunicacional para que los jóvenes y niños que asistan a esos talleres, se involucren aún más en las actividades que la Biblioteca proponga a futuro*

**Diagnóstico:** En este apartado, volcaremos la situación inicial de la organización. La cual puede estar guiada por:



Descripción general de la organización.

Historia de la institución.

Antecedente y situación anterior del proyecto

Descripción de la comunidad donde se encuentra inserta la comunidad (situación social y económica de la comunidad).

Ejemplo: La Biblioteca Popular Pablo Neruda fue una iniciativa de las madres de la comunidad del Barrio Artemio De Zatti en el año 1989. A partir de ese momento, comenzaron a juntar los libros que tenían en sus casas y pedían ayuda del barrio.

**El problema:** En este momento es necesario describir en profundidad aquellas situaciones que queremos resolver. Algunas de las cuestiones que podemos responder, son las siguientes, A quiénes afecta, cómo viven esta situación, qué se piensa de ese escenario, la relación con otros problemas, si esta puede afectar los proyectos y futuros proyectos, cuál es el contexto del problema.

Ejemplo: La "Biblioteca Popular Pablo Neruda" cuenta con tres espacios: lectura, dibujo y de investigación pero, hoy en día, se encuentran casi vacíos puesto que no tiene un gran reconocimiento de

la comunidad.

**La propuesta:** Aquí deberemos presentar nuestra propuesta para resolver el problema. Esto debe hacerse en pocas líneas.

Ejemplo: Nuestra propuesta de trabajo es dar un taller literario con cuatro encuentros de dos horas cada uno, a fin de cambiar la actual situación de la biblioteca y en conjunto con sus integrantes. Luego, las producciones escriturarias que se produzcan en ella, serán seleccionadas para la futura edición de un libro.

**La justificación:** Debemos explicar porque optamos por esta propuesta para resolver nuestro problema y consideramos que es la más adecuada. Es importante que en este apartado visualicemos a los beneficiarios y destinatarios (directos e indirectos) del proyecto, por otro lado, tenemos que explicar como mejorara la realidad de la organización y con que recursos contamos para poder llevar adelante nuestro proyecto.

Ejemplo: El proyecto tendrá visos plurívocos donde los jóvenes y niños de la comunidad barrial tengan plena participación. De esta forma, brindaremos la posibilidad a aquellas heterogeneidades que todavía



no se han acercado al ámbito de la biblioteca.

**Objetivo General:** El objetivo general es aquello que queremos alcanzar. En el mismo debemos poner el para qué.

Ejemplo: Que la Biblioteca genere un espacio de participación, recreación y reflexión para que niños y jóvenes de la comunidad barrial construyan junto con ella sus propios sentidos de producción cultural.

**Objetivo específicos:** Comprende las acciones que se van a hacer para alcanzar el objetivo general.

Ejemplo:

- Aumentar las habilidades de los miembros de la biblioteca para que puedan trabajar con la comunidad.

- Ampliar los conocimientos y la motivación de los niños del barrio sobre su cultura e identidad

- Lograr que la biblioteca tenga mayor inserción en la comunidad barrial.

**Metas:** Son los objetivos que se expresan en cantidad. A cada objetivo específico le corresponde una meta. Las metas nos ayudarán a medir los resultados.



Realizar dos encuentros con los in-

tegrantes de la Biblioteca para coordinar actividades tendientes al fortalecimiento de los lazos con la comunidad. Dichos encuentros tendrán una duración de 2,00 hs. Los mismos se llevarán a cabo los días jueves y viernes de 17,00 a 19,00 hs.



Realizar cuatro talleres literarios para la elaboración de cuentos y poesías. A los mismos se pretende que asistan un total de veinte niños y jóvenes. Los talleres se llevarán a cabo los días lunes y martes con una duración de 2,00 hs. cuyo horario será de 17,00 a 19,00 hs.



Realizar eventos en conjunto con los miembros de la Biblioteca durante dos semanas, en el horario de 17,00 hs. a 18,00 hs. a fin de que unas cincuenta familias del barrio puedan acceder al encuentro del "libro viajero."

**Cronograma de actividades:** de cada una de las metas se desprenden las actividades. Qué vamos a hacer para lograr las metas propuestas.

ACTIVIDAD	DÍA, HORA Y LUGAR	INSUMOS	RESPONSABLES	RESULTADOS ESPERADOS
Realizar encuentros con los bibliotecarios.	Jueves y viernes a las 19 horas en la biblioteca.	Hojas de papel, lapicera, cuadernos.	Romina	Que los bibliotecarios reconozcan sus virtudes y fortalezas.



**Insumos:** Son los recursos materiales y humanos. Debemos tener en cuenta aquellos que tenemos y los que necesitamos para llevar adelante el proyecto.

**Presupuesto:** En este ítem calcularemos el costo total de nuestro proyecto. Para ello es importante que tenga en cuenta y recuerden todas las actividades que se llevarán adelante, contando los insumos materiales, recursos humanos, viáticos. Los mismos deben hacerse por separado; esto es para cuando necesitemos financiamiento y sólo puedan aportar una parte. Luego, condensamos todo en una sola planilla general.

DESCRIPCIÓN	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
Profesor	25	16	400
TOTAL RRHH			

DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Viáticos		72
Materiales		82
RRHH		400
TOTAL		554

DESCRIPCIÓN	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
Boleto de colectivo	3	4	12
Viandas	15	4	60
TOTAL VIATICOS			

DESCRIPCIÓN	PRECIO	CANTIDAD	TOTAL
Cuadernos	18	4	72
Lapiceras	2.50	4	10
TOTAL INSUMOS			

**Propuesta de evaluación:** es importante que en todo el proceso del proyecto vayamos realizando una evaluación, la cual puede hacerse en tres niveles. 1) Se hace cuando se pone en marcha el proyecto. 2) durante el proyecto. 3) al finalizar el proyecto podremos observar si nuestro objetivo general coinciden con los resultados.

El proyecto debe realizarse para que la Biblioteca Popular Pablo Neruda, tenga mayor inserción dentro de su propia comunidad y que se la reconozca como tal.

Dicho proyecto es viable por cuanto cuenta con el material humano dispuesto a revertir la situación actual y además, sus integrantes esperaban una situación de esta magnitud para concretarlo, ya que necesitaban el apoyo e ideas de otras personas, que no pertenecieran a la comunidad barrial.



**Tesistas:**  
**GISELLE AYELEN ROSAS CATRIEL**  
**CARLOS ALBERTO DIAZ CAMPANO**  
**RUBEN ISIDERIO ROSAS**

**Directora:** Lic. Noel Rosa

**Universidad Nacional de La Plata - Facultad de  
Periodismo y Comunicación Social**



## Bibliografía:

-Ceraso, Cecilia (2011) Sembrando Mi Tierra de Futuro: Comunicación y Gestión para el desarrollo endógeno 1era. Edición. Editores EPC de Periodismo y Comunicación.

-Fondo de la Naciones Unidas para la Infancia –UNICEF–(2006) Colección; Comunicación, Desarrollo y Derechos. Cuadernillo N° 3 en "Participación de niños, niñas y adolescentes". 2006.

-Joel Martí, Diagnostico locales participativos: Estrategia, Métodos y técnicas. Universidad Autónoma de Barcelona

-León Barrios, Gerardo G. Actores y Escenarios de la Comunicación en la Frontera: Repensar la Participación Desde la Migración y las Ciudadanía. Universidad Autónoma de Baja California (México). yayo\_leon@yahoo.com

-OROZCO GOMEZ, Guillermo. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación N° 62. Junio 1998.

-Taller de Producción de Mensajes. Comunicación interna y Externa en: Dos cara una moneda .www.perio.unlp.edu.ar/tpm.

-Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales El sentido de las técnicas en el Diagnóstico de la Comunicación en Algunos ejemplos para trabajar. UNLP (2008)

-URANGA, Washington. La comunicación es acción: Comunicar desde y en las prácticas sociales. Septiembre 2005.

ANEXO

31/10/2011 | Provincia

### **Fondo Especial para las Bibliotecas del Sistema Bibliotecario Provincial**

En el marco de una acción del mandamus de ejecución, prevista en el art. 44 de la Constitución Provincial, el Superior Tribunal de Justicia de la Provincia de Río Negro hizo lugar la pretensión de las autoridades de las Bibliotecas "Quintún" de J.J. Gómez, "Crecer" y "Amancay" de General Roca, ordenando al Poder Ejecutivo y el Poder Legislativo, en el ámbito de sus atribuciones, responsabilidades y deberes, den cumplimiento a lo preceptuado en el art. 10 de la ley F 2278, en cuanto hacer efectivo el Fondo Especial para las Bibliotecas del Sistema bibliotecario provincial, conforme la distribución legalmente asignada (inciso 2 del artículo 12 de la Ley K N° 48; Capítulo VII artículos - 23 a 31- Ley Provincial T N° 95.

Asimismo recomendó al Poder Ejecutivo extremar los recaudos necesarios para garantizar el total cumplimiento de lo requerido, ejecutando la recategorización, promoviendo los cargos según las

categorías del art. 6 de la ley F N° 2278, asegurando la capacitación y disponiendo los beneficios del art. 7 de la ley F 2278, según lo reglamentado por el Decreto 1193/89 y garantizando el principio de progresividad de los derechos. En la sentencia, los Jueces del máximo Tribunal provincial señalaron su coincidencia con el dictamen de la Procuradora General, en cuanto se advertía el incumplimiento de las disposiciones previstas en la Ley F N° 2278 al no incluir en las respectivas leyes de presupuesto, los recursos necesarios para cubrir los gastos que obligatoriamente se debe efectuar para dar cumplimiento con aquella. Los Jueces Dres Víctor Hugo Soderó Nievas, Alberto Ballardini y Roberto Maturana expresaron que "ha de señalarse que conforme el art. 181 inc. 11 de la Constitución Provincial el Gobernador tiene la facultad de presentar el proyecto de ley de presupuesto general de la Provincia y el plan de recursos. En dicho proyecto no puede omitir la inclusión de los recursos correspondientes a los gastos que han de ocasionar el cumplimiento de las leyes vigentes, en este caso referida al fondo específico para el



sistema bibliotecario, conforme lo prescriben las leyes N° K 48, T 95 y F 2278, los asignados a la cuenta especial también creada por ley, la asignación destinada a la distribución de subvenciones anuales a efectuar a las bibliotecas populares, como así también los subsidios conforme categorías. "

**Fuente de información: Actualidad RN.com.ar**

14/09/2011 Provincia. Soledad Anselmi

### **Bibliotecas Populares en acción**

Las bibliotecas son espacios donde habitan los libros pero al mismo tiempo dan marco para que se desarrollen múltiples actividades culturales que hacen a la identidad de la sociedad que las funda. Las Bibliotecas Populares nacen del seno de la sociedad civil, están integradas por ciudadanos que, por voluntad y deseo, se organizan para generar en su comunidad un lugar que tiene por objetivo fundamental ser un centro de promoción cultural. Caracterizadas tradicionalmente por el acceso al

placer de la lectura y la información, en estos tiempos no sólo se limita esta característica a la presencia de libros sino que se extiende a materiales multimedia, internet y hasta otras expresiones culturales como el teatro, la música, la danza y las artes plásticas. Ubicadas estratégicamente en barrios o en lugares céntricos son, en definitiva, una caja de resonancia de las más diversas problemáticas coyunturales. Este último viernes y sábado se realizó en Bariloche una capacitación organizada por la Subsecretaría de Bibliotecas de la provincia, que reunió a representantes de la zona andina provenientes de Pilcaniyeu, El Bolsón, Bariloche y hubo presencia de Choele Choel. Una oportunidad que se tradujo en el intercambio de opiniones, proyectos, problemáticas y nuevos desafíos que enfrentar.

La tradicional sala de lectura de la Biblioteca Sarmiento se convirtió por dos días consecutivos en un lugar donde estas entidades de bien público tuvieron su momento para el debate y la capacitación. Matías Gallardo, Subdirector de Bibliotecas dependiente de la Subsecretaría de Cultura de la provincia de Río



Negro , estuvo al frente de estas jornadas. Casi finalizando el último encuentro dialogamos con el funcionario quien nos manifestó que el objetivo de este tipo de acercamiento responde a poder delimitar una realidad compleja y conocerla desde los propios protagonistas. Se trataron dos grandes puntos: el primero, giró en torno a los procedimientos administrativos y que están relacionados directamente con la situación ante Personería Jurídica, requisito fundamental para poder acceder a los beneficios y subsidios que otorgan leyes nacionales y provinciales y que frecuentemente es un tema que genera roces entre los actores intervinientes. El segundo estuvo ligado a la gestión bibliotecaria y a la realidad cotidiana que viven quienes están al frente de la atención directa en estos organismos. "Lo que se intentó, fue elaborar herramientas que permitan que las bibliotecas se inserten con mejores resultados en su comunidad", acotó Gallardo a lo que agregó que esto se relaciona con la idea de tener claro cuál es la misión de la existencia de una biblioteca y que los proyectos socioculturales que se presenten

estén en concordancia con los objetivos y problemáticas de cada caso en particular para llegar al resultado esperado. En este sentido, destacó el importante rol que cumple esta institución y la primera consecuencia que se observa ante su aparición, es la visibilidad de situaciones sociales complejas que antes se encontraban tácitas en la comunidad y que se relacionan muchas veces con la salud y la contención. No obstante de convertirse en una caja de resonancia de problemáticas que exceden la misión intrínseca de la biblioteca, se plantean estrategias que abordan de alguna manera el tema pero siempre teniendo en claro el límite de hasta dónde se puede intervenir. "Nosotros decimos que se puede realizar un taller de prevención en adicciones pero no es la biblioteca la responsable de resolver el problema de las adicciones", acotó el funcionario.

En nuestra provincia existen actualmente 97 bibliotecas populares, de las cuales 7 pertenecen a Bariloche. Consultado sobre la situación en que se encuentran en general estas instituciones dijo que depende mucho de la fortaleza de las



comisiones directivas que son en definitiva las responsables finales de su existencia, a lo que agregó que se debe reconocer el empeño por parte de los bibliotecarios que "ponen todo su corazón y que siempre hacen algo más porque aman su vocación". Igualmente, Matías Gallardo aclaró que más que llamar la atención en referencia a las conducciones, actualmente se está frente a una crisis de participación y más si se considera que son espacios que se ocupan ad-honorem, sin otra intención que aportar algo a la comunidad en que están insertas.

La actividad de este fin de semana fue la continuación de la que se llevó a cabo en Viedma en el 2008 con todas las bibliotecas populares donde se determinó un diagnóstico de situación con variables que abarcaron desde el personal hasta las condiciones edilicias, tecnológicas y de equipamiento. De ese trabajo se concluyó que cada región tiene una realidad diferente con recursos distintos. El desafío que se presentó fue el mantenimiento en el tiempo de un proyecto que encuentra su fuente genuina y mayoritaria de ingreso en la cuota societaria que recibe de la

propia comunidad que la contiene y con la que marca su pertenencia. Otros ingresos pueden ser aportados de forma solidaria por empresas privadas o generar actividades dentro de la institución, dentro de la línea de trabajo, que le signifiquen recursos.

El Estado aparece como actor de asistencia y de forma complementaria. En Río Negro se cuenta con una Ley N° 2278/89 que establece ciertos aportes como así también la Ley Nacional de Bibliotecas Populares N° 23351/86. Para ello se debe cumplir con ciertos requisitos formales como estar constituidos como Asociación Civil sin fines de lucro inscripta en Personería Jurídica, comisión directiva integrada, un estatuto, cierta cantidad de libros y un espacio físico para funcionar. También debe estar reconocida por la CONABIP (Comisión Nacional de Bibliotecas Populares, [www.conabip.gob.ar](http://www.conabip.gob.ar)). Para acceder a los subsidios y beneficios es fundamental la presentación de un proyecto que evalúa el organismo correspondiente.

Por último, Gallardo volvió a destacar la función de la biblioteca como centro de promoción



cultural. "No solo se puede encontrar libros y acceder a la información sino que debe ser un lugar donde se desarrollen actividades artísticas de contención social, donde se dicten talleres, donde se produzcan eventos. El gran desafío es generar un ámbito dinámico rompiendo con la vieja idea de solemnidad y de privacidad. Si bien hay que mantener esos espacios de estudio, la idea es implementar acciones de extensión que permitan una mejor inserción de la biblioteca en la comunidad", concluyó Matías Gallardo.

**Fuente de Información:**  
**[www.galeriabariloche.com/notas/gestion-cultural/215-bibliotecas-populares-en-accion](http://www.galeriabariloche.com/notas/gestion-cultural/215-bibliotecas-populares-en-accion)**





# TRAZANDO LINEAS

Planificación Comunicacional para Bibliotecas Populares de Vidma