

Universidad Nacional de San Luis
Facultad de Ciencias Humanas



**"Comunicación Estratégica Enactiva en la Educación Superior.
Caso UNVIME, sede Justo Daract"**

Nombre y apellido estudiante: Roxana Elizabeth Tropich
Nombre y apellido – directora: Sandra Massoni

**Tesis para optar al Grado de
Magister en Comunicación Institucional**

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'R. Tropich', on a light gray background.

Roxana Elizabeth Tropich

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'S. Massoni', on a light gray background.

Nombre y apellido
Director/a (repetir en caso de co-director/a)

San Luis - Argentina
Mayo, 2024

Agradecimientos

Gracias, a mi directora Sandra, comprometida, apasionada profesional y formadora de comunicadores, a quien respeto y admiro considerablemente por su magnánima humildad, como ser humano que colma de semillas de sabiduría a quienes transitamos por el camino de la docencia y acompañarme a descubrir – como ella lo dice- “(...) la certeza de otro mundo deseable y posible haciéndose realidad en la comunicación como un encuentro en la diversidad. (...) a trabajar desde la incertidumbre en lo que nunca cesa de cambiar”. Gracias, por sus tiempos dedicados a mi persona, por los aprendizajes y descubrimientos compartidos.

A mis padres, Isabel, una mamá siempre optimista, y Raúl quien, desde el cielo, sé que me guía; gracias a los mejores seres del mundo por los valores que me transmitieron, consejos, ejemplo de vida e incrementar en mí, el querer tanto al terruño donde crecí y vivo. Y a vos hermano, mi primer alumnito, travieso, pero siempre ahí a mi lado en aquellos tiempos de inocencia, de ese mundo mágico, y hoy seguimos “juntos a la par”.

A los seres que en silencio ven cómo me entrego diariamente por mis estudiantes, por la UNViMe, por mi pueblo querido, y tratan con sus voces silenciosas apartar las piedras del camino de mi vida, de mi profesión y ser ese tapiz multicolor donde descansan mis angustias. Gracias Daniel (mi esposo, mi compañero de viaje), mi bella Danu y mi suegra Dalia.

A mis estudiantes, a esa “*Unidad Académica*” que construimos juntos, especialmente a Loli y Romi por su lealtad sin igual, por apoyarme en todo, por su comprensión, por nuestras charlas y reflexiones cotidianas, sin tiempo final.

A las “*Chiquis, nodos de la sede*” por su cariño, incentivos, por sostenerme en los momentos difíciles que transitamos juntas.

A mis amigos de la vida, de ayer y hoy; no se imaginan lo valioso que han sido en cada minuto compartido: encuentros espontáneos, charlas, cantos, risas, bailes, iluminaron instantes en que creía que no podía avanzar, me regalaron las fuerzas suficientes para seguir adelante y volver a comenzar, viviendo una cálida alegría en medio de todas las pruebas de la vida. Y no me olvido de vos Mariana, amiga querida con quien comencé a descubrir y recorrer el camino de la comunicación. A TODOS GRACIAS.

Índice

Resumen - Abstrac	4
1.Introducción	5
2.Fundamentación	6
3.Contextualización	8
4.Planteo del tema	11
5. Interrogantes	13
6.Objetivos	14
6.1 General	14
6.2 Específico	15
7.Marco teórico	15
8.Antecedentes	24
9.Marco metodológico	29
10. Desarrollo de la IEC Operaciones del despliegue de la estrategia comunicativa	35
10.1 Versión Técnica Comunicacional (VTC)	35
10.2 Marcas de racionalidad (MR)	41
10.3 Mapeo Comunicacional de Actores (MCA)	46
10.4 Matrices Socioculturales (MS)	55
10.5 Arbol de Soluciones (AS)	63
11. Conclusiones y comentarios finales	69
12. Bibliografía	
13. Anexo 1 Tabla de matrices de datos de la IEC	77
Anexo 2 Test Foto Problema	78
Anexo 3 Link entrevista a directivos escolares	82
Anexo 4 Formulario de consulta	83
Anexo 5 Documentos oficiales	85

Resumen

El trabajo de investigación aborda la comunicación como un elemento esencial en la dinámica social y cultural, destacando su importancia estratégica. Se enfoca en la Comunicación Estratégica Enactiva (CEE) y su metodología (Massoni 2016), para diseñar una estrategia de comunicación como algoritmo fluido de la diversidad en la Universidad Nacional de Villa Mercedes, sede Justo Daract. Se aplica la técnica Análisis de Marcas de Racionalidad Comunicacional (MRC), correspondiente a la operación cognitiva N° 2 de la Investigación Enactiva en Comunicación (IEC), se determinan las dimensiones de la comunicación dominante en productos y espacios en circulación en el territorio y se reconoce a la Dimensión informativa como la más utilizada. Asimismo, se aplican las técnicas IEC: Versión Técnica Comunicacional (VTC) –correspondiente a la operación cognitiva Diálogo de saberes– determinando los componentes del problema; Matrices Socioculturales (MS) para la caracterización de los autodispositivos; y Árbol de Soluciones (AS), para el diseño de acciones en otras dimensiones de la comunicación. Quedan pendientes para otras fases del proyecto el desarrollo de sus instrumentos y herramientas, así como el despliegue de otras operaciones cognitivas del algoritmo fluido, en el diseño de la estrategia de comunicación enactiva para la UNVIME.

Abstract

The research work addresses communication as an essential element in social and cultural dynamics, highlighting its strategic importance. It focuses on Enactive Strategic Communication (CEE) and its methodology (Massoni 2016), to design a communication strategy as a fluid algorithm of diversity at the National University of Villa Mercedes, Justo Daract headquarters. The Brand Analysis of Communication Rationality (MRC) technique is applied, corresponding to cognitive operation No. 2 of the Enactive Research in Communication (IEC), the dimensions of the dominant communication in products and spaces in circulation in the territory are determined and The informative Dimension is recognized as the most used.

Likewise, IEC techniques are applied: Communication Technical Version (VTC) – corresponding to the cognitive operation Dialogue of knowledge – determining the components of the problem; Sociocultural Matrices (SM) for the characterization of self-devices; and Solutions Tree (AS), for the design of actions in other dimensions of communication. The development of its instruments and tools, as well as the deployment of other cognitive operations of the fluid algorithm, in the design of the enactive communication strategy for UNVIME are pending for other phases of the project

1.Introducción

“...La comunicación-a llamar hoy así-no es la que pasa en los aparatos sino en las organizaciones que implican a la gente, o sea que no solo le permiten, sino que le exigen “habla”, intervenir, decidir... (Barbero J., citado en Massoni,2016, p.14)

Es la comunicación, el entramado de las conversaciones y los conflictos sociales, donde se produce y juega un papel estratégico tanto social, como cultural y político (Massoni, 2016), entrelazándose las bases de una sociedad que evoluciona hacia la integración de los saberes, como así también, la interconexión de las diversas culturas, comunidades, individuos, y sus perspectivas de articulación constructiva.

Por ello, desde este trabajo se presenta a la comunicación estratégica como un instrumento de abordaje propio de aquellos actores que buscan aplicar el saber para crecer. Particularmente se toma como perspectiva conceptual a la Comunicación Estratégica Enactiva (CEE), como una teoría y su correlato metodológico: la Investigación Enactiva en Comunicación (IEC) (Massoni 2003, 2013 y 2016), que busca acompañar el cambio social desde intervenciones concretas en los rasgos comunitarios y mediante la incorporación de dispositivos comunicacionales en distintas dimensiones de la comunicación dando cuenta de su complejidad.

Bajo esta idea, se considerará a la Universidad Nacional de Villa Mercedes, específicamente, a su sede en la localidad de Justo Daract, como el objeto de análisis donde estudiar dicha construcción, las dimensiones específicas desprendidas de la conceptualización de la IEC, tratando de considerar los diversos componentes que movilizan y/o tensan a la sociedad. Es así, que se hace foco en la construcción del encuentro sociocultural, situado y fluido en pos del cambio posible, deseado de la Educación Superior en ese territorio. Lo que conlleva, a “un cambio social conversacional (...) dinámicos y evolutivos entre la realidad - para el caso que nos ocupa: la universidad en un territorio específico- y los actores en comunicación.” (Massoni, 2016).

2.Fundamentación

El sujeto ya no se piensa como transindividual, sino como sociocultural. Se entiende al hombre principalmente como agente transformador del mundo que afronta este proceso en base a sus emociones y a sus proyectos. Nada en un ser humano es un fragmento, algo escindido (Massoni, 2005).

Desde esa mirada de la que habla Massoni, es que la maestranda de este proyecto se sostiene, en las voces de la Escuela de Comunicación Estratégica de Rosario que parte de la meta-perspectiva de la Comunicación Estratégica. Se pretende presentar una aplicación innovadora, siguiendo los postulados normativos -Ordenanza N° 002- de la Universidad Nacional de San Luis.

Se parte desde los autodispositivos colectivos –propios del análisis comunicacional– a partir de las Matrices Socioculturales (MS) y las Mediaciones, donde se articulan los mensajes con los contextos socioculturales, y las relaciones en la diversidad, puesto que cada actor pone en juego su bagaje sociocultural y es allí, que lo social se dinamiza, se intensifica, propiciando procesos situados de cambio social conversacional.

Entiéndese esto, como forma de democratización de la vida cotidiana que contribuye a propiciar una participación auténtica de los actores. Se suma a lo antes dicho, el proceso de reconfiguración intersubjetiva a partir de vínculos que los actores mantienen con la situación que se investiga. Pensar y trabajar en desplegar habilidades comunicacionales de co-diseño con los actores desde la heterogeneidad.

Por ello, en este trabajo se propone sistematizar elementos diferenciales de la Investigación Enactiva en Comunicación (IEC) como metodología de investigación participativa utilizada en el despliegue de estrategias de comunicación (Massoni, 2016). Se pondrá en el centro de la cuestión a la Universidad Nacional de Villa Mercedes, sede Justo Daract, donde funciona desde 2018 la Escuela de Ciencias Sociales y Educación.

Se define este espacio territorial a investigar en torno a la construcción del encuentro sociocultural, situado y fluido en beneficio del cambio posible, de la Educación Superior en territorio, de la UNViMe, sede Justo Daract.

Se entiende como Construcción del encuentro sociocultural, situado y fluido, al proceso socio histórico, la vida cotidiana, donde emergen diálogos de saberes, al decir de Massoni (2016) la vida que entreteje la gente en los múltiples y diversos nosotros. Esa construcción colectiva se da a partir del mecanismo perceptual que desarrolla el individuo, y que conjuntamente en comunidad van configurando imágenes sobre el contexto que los rodea y más aún de aquellos actores que intervienen planteando escenarios de desenvolvimiento y articulación social. Es en ese marco, que se pretende configurar y presentar a la Universidad como un actor transformador, y analizar su visibilidad, notoriedad. Es así que la investigación enactiva, junto a la metodología de la comunicación estratégica enactiva posibilitarán identificar aquel rasgo de agente transformador social que pueda instaurar la propia Universidad en la comunidad.

Desde la metaperspectiva de la Comunicación Estratégica Enactiva (CEE) se trabajará en el territorio con lo que está ahí mismo y se diseñarán acciones desde la multidimensionalidad de la comunicación para convocar a una participación auténtica en torno a la temática enunciada anteriormente. Respecto a ello, es posible aludir a la idea de Fasano y Roquel (2016) al entender esta idea desde un enfoque de la comunicación que busca fortalecer la dimensión comunitaria de la vida social, es decir, ese lugar de la vida social en el cual la identidad se define por la pertenencia a un nosotros, que quiere decir un “nos otros”, un sujeto que incluye a otros, para poder ser plenamente.

La relevancia de la situacionalidad del territorio emergente: es la ubicación de una universidad pública en una localidad como lo es Justo Daract, en la provincia de San Luis, de un perfil ferroviario, agro-productivo, con 16.000 habitantes, ubicada sobre la Ruta Panamericana N° 7, puerta de entrada a la región cuyana (desde el puerto del Atlántico al Pacífico).

Con las siguientes palabras vinculadas a la comunicación, que se detalla a continuación, se sintetiza el sentido del presente trabajo final: Comunicación- comunión- encuentro- actores sociales- territorios- vínculos- prácticas sociales- percepción- visibilidad/notoriedad- agente transformador social. Considerar al otro en el centro de la escena social, en un yo plural a fin de comprender el estatus quo de sus posibilidades de cambio social desde una perspectiva de

comprensión de los cambios, los conflictos sociales, lugar donde se producirá la comunicación y al decir de Massoni (2016) la incomunicación que entra a jugar un papel estratégico, tanto social como cultural y político.

3.Contextualización

“...amar el pequeño reducto de la patria natal con pasión volvedora de trucha o golondrina, porque en esa mínima parcela planetaria está representada la totalidad del Cosmos...” (Agüero, 1996, p.137)

Las circunstancias sociales, culturales e históricas, condicionantes del desarrollo cultural comunitario daractense dieron como resultado intervenciones de diversos actores sociales que pusieron en juego sus saberes, intereses y poderes, generando formas de interacción que adquirieron significación y que provocaron consecuencias sociales, económicas, culturales y políticas, configurando procesos históricos que poco son visibilizados en el imaginario social.

La visión más certera fue, allá por las décadas de los años 70, 90, 2000, el sueño de tantas personas de la comunidad daractense, en su mayoría jóvenes y profesionales, que apoyaron la grandiosa epopeya educativa villamercedina, de la Comisión Organizadora. *“Puesta en marcha de la Universidad Nacional de Villa Mercedes”*, conformada por representantes de Villa Mercedes y de Justo Daract e hicieron posible que el sueño, tan anhelado, fuera una realidad: la creación de dicha universidad, con una sede, en Justo Daract

Cada Universidad, como los individuos, tiene su origen, la Universidad Nacional de Villa Mercedes se crea por Ley Nro. 26.542 del 11 de noviembre de 2009, promulgada de hecho el 3 de diciembre del mismo año. El 26 de Julio de 2011, comienza el proceso de desarrollo del Proyecto Institucional. Y en el año 2013 su funcionamiento académico

El espacio académico universitario asentado en la localidad de Justo Daract, primero fue como una extensión, luego un nexo, cursándose desde su inicio dos carreras de pre-grado: *Tecnicatura Universitaria en Diseño de Comunicación* y

la *Tecnicatura Universitaria en Agroalimentos*, que luego fueron trasladadas a Villa Mercedes.

Con la designación del Rector (organizador del 27/8/ 2017 hasta 26/9 /2019) este último año mencionado, como Rector democrático, la visión del proyecto universitario da un giro: primero, transformando el nexo universitario en la primera sede de la UNViMe. Segundo, porque son aprobados por el Ministerio de Educación de la Nación Resoluciones N° 1082 y 1026 del 2018 los Profesorados Universitarios en Educación Primaria; en Educación Inicial y luego la *Tecnicatura en Administración y Gestión Universitaria (TAGU)*, como consecuencia, la creación de la Escuela de Ciencias Sociales y Educación.

Actualmente, asisten a la Sede de la UNVIME Justo Daract, alrededor de 450 alumnos, convirtiéndose la localidad en la tercera ciudad universitaria de la provincia de San Luis. Durante el año 2019 se compraron 23 ha. para su futuro campus universitario. Cuenta con un complejo áulico, ubicado en el acceso de ingreso a la localidad, espacio éste encontrándose en comodato con la Asociación Agrícola ganadera de Justo Daract, institución que integra el Consejo Económico Social de la UNViMe, (COES).

Además, en la estructura de la Escuela de Ciencias Sociales y Educación, se crea por Resolución Rectoral 991/19, la Comisión Asesora de Co-formadores, formando parte de la misma los equipos de Conducción de todas las Escuelas de la localidad, de los diferentes Niveles del Sistema Educativo provincial, igualmente la Comisión del Consejo Económico Social (COES) representado por las instituciones intermedias de Justo Daract.

La UNVIME, sede Justo Daract, Escuela de Ciencias Sociales y Educación, apuesta al desarrollo cultural, académico, social, no solamente de la localidad, sino del Sur de San Luis: Unión y Nueva Galia; además localidades del Valle del Conlara (noroeste sanluiseño), y su proyección a las zonas: sur de Córdoba, norte de la Pampa y desde Unión: Sur de Mendoza.

Descripto el territorio de acción es importante aclarar la importancia de adherir a los postulados de la metaperspectiva de la Comunicación Estratégica Enactiva

(CEE) y su correlato metodológico, con la posibilidad de alcanzar cambios profundos micro y macrosociales, teniendo como eje articulador a las conversaciones de los actores sociales del territorio descrito. Se trata de un itinerario que abreva en lo inter y transdisciplinario sin perder de vista la especificidad de lo comunicacional, explorando nuevos mundos posibles y dejando de lado los dualismos reduccionistas de la ciencia tradicional.

Finalmente, es importante resaltar que la presente propuesta redundará en beneficios para la reciente gestión electa democráticamente en la UNViMe, período 2023-2027 y se verá enriquecido permanentemente, porque, se adhiere a la re-definición de la comunicación “como un encuentro en la diversidad, un cambio social conversacional que enactúa, una reconfiguración intersubjetiva, situacional, histórica, dinámica y evolutiva, micro-macrosocial, compleja, fluida, fractálica y autoorganizada”. (Massoni 2009; 2016)

4.Planteo del tema

Maturana y Varela (2017) coincidían en que *“... de lo que se trata ...en la comunicación humana, es preguntarse cuál es la visión sobre las relaciones humanas y la actitud que el hombre toma ante sí mismo y ante otros hombres. Más adelante agregan: “...El amor al prójimo comienza entonces, en el entendimiento de los procesos que generan el fenómeno existencial de la conciencia de sí mismo, en una expansión de los impulsos naturales de altruismo comunitario, precisamente como la condición necesaria de lo social...”*

Desde esta concepción de hombre como conjugación de lo biológico con lo puramente humano y comunicativo es que se aborda la propuesta, que no pretende buscar explicaciones o describir lo social, más bien, parafraseando a Massoni (2016) propiciar cambios deseables y posibles en los territorios a partir del reconocimiento de las matrices socioculturales (MS) *como lógicas diferenciales de funcionamiento de los actores presentes en el territorio* (ob.cit., p.28), para el presente caso, la Universidad como un actor clave, propulsor de sinergias, para lograr la transformación social.

En este encuadre Massoni (2016), en relación a la comunicación estratégica, la referencia *“como espacio de encuentro de alteridades socioculturales, como nueva matriz de estilo académico y científico que habilita otro registro de la cuestión comunicacional al ubicar el objeto de estudio como fenómeno situacional, complejo y fluido”*

Nos insta a ubicarnos en la complejidad de la *“construcción subjetiva de la temporalidad en y a través de los signos y de las emociones como un autodispositivo colectivo”*. Insiste en que confiemos en la experiencia sensorial aprendiendo a convivir en la contradicción y en la diversidad.

El concepto de "Autodispositivos colectivos", se refiere, en simples palabras, a las modalidades características y diferenciales que se puedan reconocer en torno al problema que aborda el proyecto: herramientas, prácticas y procesos que los grupos sociales utilizan para construir y mantener su identidad colectiva, en torno al tema, como para coordinar sus acciones y

alcanzar objetivos comunes. Estos autodispositivos pueden incluir acciones comunicacionales en distintas dimensiones de la comunicación: rituales, símbolos, tradiciones, narrativas compartidas, normas sociales, formas de interacción, entre otros elementos que son creados y compartidos por los miembros de una comunidad.

Desde la perspectiva de trabajo, la Comunicación Estratégica Enactiva, los autodispositivos colectivos juegan un papel fundamental en la comprensión de cómo se construyen y cómo se pueden propiciar cambios en el territorio. Lo comunicacional como encuentro de actores aportando lo propio, pero en vinculación con las alteridades existentes en el territorio. (Massoni, 2020). Lo que implica un cambio del lugar tradicionalmente asignado a la comunicación desde otras disciplinas –habitualmente focalizado en mensajes y medios– para abrirse a la multidimensionalidad comunicacional (Massoni, 2003). O sea, no se busca comprobar una verdad, sino iniciar una conversación situada. Se registra y considera una serie de datos de interés comunicacional en el marco de la ciencia de la articulación: se establece el reconocimiento de modalidades diferenciales y fluidas de vinculación intersubjetiva micro-macrosocial en torno al problema comunicacional en el territorio de la investigación y al tema que se investiga. (Ob.cit. p. 104).

Así, los rasgos de estas modalidades diferenciales de vinculación con el problema permiten la toma de decisiones respecto de acciones comunicacionales en las distintas dimensiones. Por lo tanto, no se registran las conversaciones, interacciones de individuos, ya no hay descripciones escindidas, pero se empieza a registrar el cambio conversacional. Esto “nos permite atender a la especial modalidad de vinculación que [les] actores tienen con los diferentes componentes del problema que aborda la estrategia a partir de reconocer sus trayectorias, sus lógicas de funcionamiento desde el paradigma de lo fluido” (Massoni, 2016: 153).

Esta no es tarea fácil para quienes encaminados por los años de formación en un paradigma de investigación más clásico donde se pretende instalar mensajes, se niega la alteridad, el análisis de la problemática, que se lleva a cabo a través de instrumentos y procesos metodológicos a priori,

poniendo el foco en los productos, no en los procesos, donde el investigador no se integra dentro del proceso de conocimiento, no enactúa, no se le permite que fluya, abordándose un aspecto de la problemática, predeterminada y no se integran diversos niveles y componentes de la misma, ni se reconocen las marcas de racionalidad comunicacional específicamente diseñadas para cada problema comunicacional, ni sus diversos niveles y componentes. Se buscan soluciones y no se facilita la vinculación interinstitucional en ella, el reconocimiento de los múltiples actores, sus vinculaciones y representaciones; entre otros aspectos. (Massoni 2009,2016).

Todo ello alcanza para afirmar que la propuesta de la comunicación estratégica enactiva, es una estrategia comunicacional, no una fórmula, todo lo contrario, nos provoca, nos moviliza produciendo un choque cognitivo en nuestros saberes tradicionales y produciendo grietas desde donde germinan nuevas consideraciones, nuevos encuentros con la ciencia desde una perspectiva socio-cultural comprensiva.

Este sintético encuadre teórico sirve para ubicar el diseño de dispositivos estratégicos que se trabajará en el abordaje del presente proyecto comunicacional centrado en: *“la construcción del encuentro sociocultural, situado y fluido en pos del cambio posible, deseado de la Educación Superior, UNViMe, sede Justo Daract”*. Para ello seguiremos el correlato metodológico de la metaperspectiva de la Comunicación estratégica Enactiva desarrollando un Proyecto IEC

5. Interrogantes

- ✓ ¿Qué aporta y que puede aportar la comunicación a la universidad como agente transformador social?
- ✓ ¿Cómo se reconoce y promueven los encuentros socioculturales a fin de dar cuenta de la función social de la Universidad en pos de posicionarse en la trama social como un dispositivo de transformación?

6. A modo de inicio del trayecto posible

“...CEE redefine a la comunicación” como un encuentro en la diversidad, un cambio social conversacional que enactúa; una reconfiguración intersubjetiva, situacional, histórica, dinámica y evolutiva, micro-macrosocial, compleja, fluida, fractálica y autoorganizada” (Massoni, 2003 citada en Massoni S. Bussi, M., 2020, p. 17)

¿Qué es una IEC? La Investigación Enactiva en Comunicación (IEC) es una metodología de investigación acción participativa innovadora, de interés para equipos inter y transdisciplinarios. Trabaja desplegando en los territorios la enacción. Concepto este que Varela, en el año 1990, lo definía como la continuidad entre la vida y la mente dejando de lado una idea de cognición como representación mental o procesamiento de información (Ibidem, p. 16).

O sea, lo comunicacional, entendido como un especial proceso cognitivo de reconfiguración intersubjetiva micro-macrosocial en dimensiones múltiples (Massoni, 2003 y 2016). Un proyecto de investigación de este tipo despliega estrategias comunicacionales en los territorios bajo estudio estableciendo “pasos y procedimientos analíticos y operacionales para aportar al encuentro en la diversidad.” (Massoni, 2016: 26).

Una IEC “habilita, inquiera, busca la enacción de otras modalidades del encuentro a partir de la constitución de un cambio social conversacional que se ofrece como un valor agregado a los modelos de investigación tradicional” (Massoni S. Bussi, M., 2020, p.18)

6- OBJETIVOS

6.1 General

Diseñar una estrategia de comunicación enactiva en la organización UNViMe, sede Justo Daract, para la visibilización y acción comunicacional, en torno a la transformación territorial.

6.2 Específicos

- Reconocer la dimensión dominante en la comunicación actual de la Universidad.
- Reconocer a los actores comunicacionales relevantes.
- Registrar la complejidad del problema comunicacional en el territorio.
- Elaborar guías iniciales de diseño y co-diseño de espacios y productos comunicacionales

7- Marco teórico

“... hablar de comunicación estratégica implica comprender quiénes somos y cómo nos relacionamos con los demás mientras tejemos la trama futura de nuestras vidas” (Pérez, A. 2012)

El epígrafe que obra como antesala de este apartado, recupera al decir de Uranga (2016) considerar la comunicación desde una mirada más integral, relacionada con la condición esencial del ser humano que vive en comunidad, que genera redes y procesos de organización basados en intercambios conversacionales que produce sentidos colectivos y que construye la cultura que lo contine (p. 17). Hombre-comunidad, dos conceptos que engloban: vida, que es relación; relación con el medio ambiente a través de intercambiar información fisicoquímica con el mismo y con otras células, estando en estado de constante flujo, de fluidez en donde se modifican y reconstruyen continuamente al interactuar entre sí, “acoplándose” de forma mutua y recíproca (Lewontin, 2000; Moriello, 2005).

A lo que Pérez (2006 y 2007) agrega, recuperar al ser humano, lo ubica en un mundo flexible, cambiante y simbólico, y comparte con Uranga (2016) al coincidir ambos en considerar, el espacio, lugar, escenario donde se configura la trama de las relaciones comunicacionales. Suma Uranga (2016), al entender desde esta mirada situar al sujeto en el centro de la esfera social, como artífice, de las relaciones sociales, que exige reconocer en el intercambio comunicativo, nuevos conocimientos y disputas respecto del

imaginario social. Lo que conlleva considerar a la comunicación como parte integral y no fuera de las prácticas sociales que protagonizan los sujetos en la historia. “La comunicación es constitutiva y constituyente de las prácticas de los actores sociales en la vida cotidiana” (p. 38). Y ésta como escenario de dichas prácticas, es lugar de comunicación.

Otros aportes valiosos que hace Uranga (2016) es incorporar a su campo semántico de la comunicación, el concepto de intervención, como el proceso de abordaje de un territorio-escenario con intenciones de transformarlo, lo que conlleva a una manera de conocerlo, puesto que se producen intercambios comunicativos con otros actores, con la cultura y con el ámbito de actuación.

Así, superando las concepciones tradicionales de comunicación se puede afirmar que la comunicación como proceso humano va más allá del simple intercambio de información, de efecto - sea un emisor buscando crear un efecto específico en su receptor y/o un receptor comunicando sus expectativas y necesidades a su emisor-, se trata, de construir, apoyo, unidad, algo que beneficie a cada individuo, a pequeños grupos o en grandes multitudes o colectivos.

Porque, quien interviene pone en juego su concepción de sujeto y de mundo, pero también, activa una estrategia, considerada ésta como una ciencia de la relación, y no como una disciplina de la guerra; según su concepto primario, por ello, hablar de la comunicación en términos de oportunidad y no trabajarla sobre el conflicto, aunque, no se niega las diferencias, sino que se trabaja desde ellas (Pérez, 2012).

Entiéndase estrategias como respuestas homeostáticas de los seres vivos a los cambios de su entorno orientadas a su supervivencia: todo ser vivo para seguir siéndolo tiene que cumplir unas funciones vitales (que le permitan sobrevivir, reproducirse y autoproducirse). Esas funciones se cumplen gracias a determinados procesos operacionales que les permiten percibir y detectar discontinuidades en su entorno (vigilia); identificar mediante marcadores somáticos si esas discontinuidades afectan a su supervivencia (umbral de riesgo); y elaborar sus respuestas. A esas respuestas se les llama estrategias. (Ob.cit. pp. 30,31).

El siglo XXI y la comunicación estratégica

En los albores del S. XXI la comunicación comienza a ser una disciplina que se expande desde los nuevos paradigmas de la ciencia afirmándose en la metaperspectiva de la Comunicación Estratégica Enactiva (CEE) (Massoni, 2003), nueva teoría general de la comunicación que presenta una metodología diferencial, específicamente comunicacional. Desde allí, la comunicación es una disciplina y a la vez, una transdisciplina, que aporta estratégicamente en las conversaciones situadas de la ciencia y la sociedad. (Massoni y Bussi, 2022, p.10).

La teoría de la comunicación estratégica provee un modelo comunicacional que formaliza a la comunicación como encuentro en la diversidad, un cambio social conversacional que enactúa (Massoni, 2003). En este marco, las *Estrategias de comunicación* son dispositivos de conversación micro-macro social especializados en el análisis y la operación de lo comunicacional. Son algoritmos fluidos, mapas dinámicos de las reconfiguraciones que se van desplegando en los territorios a partir de las metodologías propias de la especificidad comunicacional en tanto ofrece un conjunto ordenado y finito de operaciones como métodos y notación de distintas formas del cálculo en torno a lo comunicacional (Massoni, 2016, p.37),

Desde esta perspectiva, se valoriza el encuentro socio-cultural como sentido enactivo, que resulta propio del acto de habitar. Por ello, los territorios afectan los cuerpos y los cuerpos afectan los territorios a modo de reforma continua. De ahí que, no es viable minimizar ese componente de lo vivo, desde el que, las personas, de una u otra manera involucrada, incorporan, es decir, hacen cuerpo en torno a la problemática que aborda la estrategia comunicacional como proyecto de investigación enactiva.

Por ende, modelo de investigación comunicacional, lejos de pretender instaurar la verdad en términos de un objetivismo obtuso, buscan hacer cuerpo con el mundo. La comunicación como encuentro, como conversación micro/macro social implica esta consideración de lo complejo y de lo fluido en tanto modalidad de la relación intersubjetiva que es propia de lo comunicacional (Massoni, 2015). No es una descripción de la complejidad, sino un propiciar la complejidad a partir de la comunicación como modalidad

siempre abierta a nuevas acciones y sentidos compartidos. La Investigación enactiva en comunicación busca analizar la multidimensionalidad del fenómeno comunicacional para operar transformaciones en las configuraciones actuales de las modalidades de vinculación intersubjetiva; propiciando el encuentro sociocultural, la enacción como vertiente de los territorios (...) puntos de encuentro (lo vivo, lo habitado) y no en lo ya delimitado. (Massoni, 2016, p. 30).

La comunicación estratégica, por lo tanto, es un proyecto de comprensión, un principio de inteligibilidad que *busca abordar a la comunicación, fuera del agotado mundo de los medios y los mensajes para reubicarla en el mundo de la vida que entreteje la gente en los múltiples y diversos nosotros (Ob.cit., p.11)*, un entramado conversacional complejo, en tanto presenta múltiples dimensiones, por ejemplo, informativa, ideológica, interaccional, sociocultural. Y fluido, porque la dimensión comunicativa es una dimensión intermedia y como tal convoca un cierto movimiento, se ubica siempre a medio camino entre el fondo y la forma, no se presenta como lo dado, sino más bien como una inteligibilidad que resolver (Massoni 2005).

Desde esta mirada, el sujeto ya no se piensa como intraindividual sino como sociocultural. Teoría fuerte, puesto que centra al hombre principalmente como agente transformador del mundo que afronta este proceso en base a su emoción y a sus proyectos. Por todo esto, la teoría de la comunicación estratégica, ofrece una oportunidad de repensar a la comunicación en clave relacional. De allí que, el objeto de estudio de la comunicación y sus unidades de análisis son: el encuentro sociocultural y el abordaje transdisciplinario. En la comunicación estratégica, el énfasis se desplaza, desde la descripción, hacia el poner en común en relación a un objeto de transformación que se define a partir de lo situacional y en el marco de lo fluido y fractal. (Massoni 2005).

Paralelamente, la producción de sentido emerge de la situación de comunicación, como espacio de encuentro, como lugar de crisis de las tensiones presentes, que no trabaja a partir de la representación, sino de la enacción (Varela, 1996).

Al investigar desde una mirada comunicacional a los actores, no se pretende llevar a cabo un estudio minucioso de los individuos, para caracterizarlos y entonces, predecir o de explicar sus comportamientos, de cómo son los actores sino en cómo están siendo los actores en su fluir juntos en el mundo.

Se trata de otro aporte en tanto la comunicación es encuentro en la diversidad, un encuentro en el cual un sistema abierto y complejo –que es el humano– se relaciona con otro sistema abierto y complejo que es el territorio. La autora de esta perspectiva habla de Matrices Socioculturales (MS) no trabaja en lograr una descripción escindida de los actores, más bien, en un agrupamiento de actores entendido como autodispositivo colectivo (Massoni, 2016), un conjunto cuyos integrantes se conocen desde una particular trayectoria. Su caracterización, es el reconocimiento de esas formas que ellos tienen de moverse juntos, de una manera similar y teniendo en cuenta que ellos se autoperciben también de una forma particular. Ante esto, Massoni (2014) propone el paso de la participación motivada a la participación enactiva, en la cual subyace siempre una emoción. Por eso, la manera de que los actores participen auténticamente, es cómo se les convoque, desde sus intereses y necesidades actuales en torno al tema de la estrategia comunicacional y teniendo muy en cuenta cuál es la emocionalidad desde la que se vinculan.

A lo que, Astudillo (2016) suma:

La dinámica que lleva a la gente a participar implica un movimiento de abajo hacia arriba; es decir, desde la gente que se autoorganiza y encuentra potencializadores que hacen emerger al sujeto en el medio social, como elemento activo, decisor, dueño de sus propuestas a las cuales controla. (p.11)

El encuentro sociocultural, situado y fluido para un posible cambio deseado en la educación Superior

Después de todo el encuadre teórico precedente, es importante detenernos en reflexionar sobre *la construcción del encuentro sociocultural, en pos del cambio posible, deseado de la Educación Superior en el territorio.*

La teoría nos brinda herramientas para pensar, analizar, comprender y explicar la realidad. Pero sólo comprendiendo las propias prácticas sociales se pueden modificar, reflexiva y conscientemente.

Haciéndose propio lo que dice Uranga (2016) al explicar el abordaje del territorio- escenario con intenciones de transformar, éste constituye por sí mismo una manera de conocer y supone un intercambio comunicativo con otros actores, con la cultura y con el ámbito de actuación. En este contexto se pone en juego la concepción de sujeto y de mundo, pero también las propias concepciones y las presentes en el territorio. Todo ello es posible por la intervención, entendiéndose por ello -continuando con el autor citado- "*como implicación activa de los actores en un determinado escenario*" (Ibidem), lo que supone un modo de conocimiento. "*Conocemos cuando nos comprometemos, cuando nos implicamos, cuando participamos en los procesos sociales*" (p.41). Es así cómo se logran hacer visibles las acciones de las organizaciones y lograr mayores impactos en función de la transformación social. (Ibidem, p. 59)

Aquí, se podría sumar los aportes de Anthony Giddens respecto de la comunicación, en la interacción, que conlleva la construcción de sentido: "La comunicación del significado en la interacción implica el uso de esquemas interpretativos, mediante los cuales los participantes realizan la comprensión de lo que cada uno dice y hace. La aplicación de tales esquemas cognoscitivos, dentro de un marco de conocimiento mutuo, depende y fluye de un «orden cognoscitivo» que es compartido por una comunidad (1993: 123).

Se enriquece lo dicho, con lo que plantea la UNESCO (1980) al destacar que lo comunitario forma parte de las sociedades que generan espacios de comunicación -popular/cultural y alternativa- un modelo antagónico al modelo de comunicación vigente, dado que rescata y recupera a la cultura de la comunidad convirtiéndola en sujeto de información, el cual busca la empatía, es decir la participación afectiva y común en la realidad devolviendo el papel protagónico a las personas. Esta comunicación que se caracteriza como global y comunitaria se nutre de palabras, símbolos e imágenes que, junto con el accionar de personas hacen de cada espacio un lugar único. En ese sentido la comunicación viene a transformar el rol de las organizaciones a sabiendas que la sociedad forma parte de ellas.

Los seres humanos son los que forman una comunidad para comunicarse entre sí, donde participan con sus modos y establecen una interacción. La comunicación es un proceso que continuamente se va modificando y transformando. Es por ello que las relaciones y acontecimientos se producen de manera dinámica y cambiante.

Hay que tener en cuenta que los componentes de la comunicación son varios y todos ellos también constituyen un proceso en cuanto que interaccionan unos con otros y si bien cada uno cumple una función determinada son interdependientes, es decir, necesitan uno de la existencia del otro formando un sistema en donde cada componente es una parte, pero forman juntos un todo. Por ello, se resalta lo “colectivo, que no es una cantidad sino un nosotros, unidad en término de identidad que comunica mediante bucles compartidos de reciprocidad” (Massoni, 2016, p.31).

A partir de lo que cada uno de dichos actores puedan percibir y representarse en una idea específica acerca de la organización, es decir que en base a cómo el público interprete a la entidad será su manera de pensar, opinar y actuar respecto a esta, y además se generará una sinergia de conceptualizaciones que se suman en el entramado de los grupos de interés (Araya Umaña, 2002).

Considerando todo lo mencionado, puede entenderse que la visibilidad en una organización, como “(...) el total de percepciones e interrelaciones de pensamiento que cada persona asocia a una entidad” (Scheinsohn, 1997, p. 104). En este sentido el primer factor a considerar al momento de configurarla es el mapa mental de los actores, quienes en sumatoria a otros integrantes de los grupos de interés terminan formando aquel conjunto interrelacionado de percepciones. Por su parte, Capriotti (1992) expresa que la imagen es el resultado de la interpretación que hacen de la información o desinformación de lo que emite una organización. Por lo que se definirá imagen, en el ámbito de las organizaciones, como “la representación mental de un estereotipo de la organización, que los públicos se forman como consecuencia de la interpretación de la información sobre la organización” (Capriotti, 1992, p.30).

Vale resaltar, que la investigación enactiva en comunicación es un instrumento esencial, que podrá tomar contacto directo con las percepciones

del público buscando dar cuenta de aquel elemento de la imagen, actitud donde el factor determinante es la predisposición que posee el grupo de interés para actuar a favor o en contra, o de manera infidente hacia una determinada organización (Capriotti, 1999).

En este marco referencial que preceden, se presenta a las universidades, como una de las piezas fundamentales del engranaje social, dado que, no sólo aumentan las posibilidades de acceso a la educación superior de la población de su área de influencia, sino que crean nuevos polos de vida universitaria y pone en consonancia la dialogicidad con el espacio, con el fin de producir nuevos contenidos -comunicacionales, vinculares -en un marco de reflexión y acción, de vínculo con el otro, con los otros.

En este contexto se resalta la educación como un derecho fundamental del individuo, por ende, la UNVIME se dimensiona como un ente regulador de este derecho, dando a los ciudadanos la oportunidad de acceder a una educación de calidad, así como les permite la posibilidad de mejorar sus condiciones de vida, desarrollo social y económico. Sin embargo, la escuela, la universidad o cualquier institución educativa no solo debe pensarse desde el ámbito profesional, sino como un universo donde también deberían surgir la participación ciudadana y política; “debe tener un objetivo mayor: preparar al individuo para el ejercicio de sus derechos como persona, y como ciudadano, es decir en sus derechos sociales, civiles y políticos” (Peruzzo 2001).

Desde esta perspectiva, las organizaciones son aparatos para la construcción de deseos colectivos, que hacen posible, a su vez, la acción colectiva” (Kaplún, 2012).

Por todo lo antes dicho, es importante resaltar la participación como una acción fundamental para el crecimiento y evolución de todo tipo de organización. Resulta imposible pensar en el crecimiento de la universidad pública y en particular en la sede de la UNViMe en Justo Daract, sin las alianzas entre la sociedad, las instituciones que interactúan en ellas y la educación superior, apostando a una política de territorialización como respuesta ineludible de esta universidad tan joven, siendo pública, gratuita, laica y reformista.

Asimismo, y en el mismo nivel de importancia se debe pensar la comunicación como una herramienta muy poderosa a la hora de unificar la identidad que la organización quiere transmitir y la imagen que finalmente conservan los públicos de ella, ya que la “comunicación” está formada por la totalidad de acciones de una organización, tanto a nivel interno como externo; ya que, en la misma, todo comunica.

Entender la comunicación desde esta mirada, significa, a su vez, que no se la puede comprender por fuera de las prácticas sociales que protagonizan los sujetos históricos. Es, en síntesis, un ámbito simbólico de debate socio-político-cultural, como así también, tecnológico y económico, todo ello, en mediación y diálogo político entre matrices socio-culturales que emergen a través de los actores sociales (Uranga,2016), en contexto.

8- Antecedentes

Trabajar en el diseño de estrategias de comunicación como dispositivo de investigación acción, es un abordaje transdisciplinar en el cual se integran los actores a partir del reconocimiento de sus saberes implicándolos en una conversación micro/macro social situada. De allí el diálogo de saberes, lo que implica reconocer que hay saberes válidos socialmente generados fuera del ámbito académico. Dentro de este encuadre, y desde una mirada territorial se resalta el aporte de los siguientes trabajos como guías de consulta para el presente trabajo investigativo.

En primer lugar, el reciente aporte de la Mgtr. Silva (2020): *Los sentidos de lo público en espacios conversacionales en la Universidad Nacional de Villa Mercedes*. Trabajo final de Maestría en Comunicación Institucional. Facultad de Ciencias Humanas. Universidad Nacional de San Luis.

La investigación "Los sentidos de lo público en espacios conversacionales en la Universidad Nacional de Villa Mercedes", es la sistematización de experiencias en dos espacios de esta universidad, poniendo en tensión cuatro dimensiones: la pluralidad de voces, el acceso a la información, la participación y la inclusión. Por un lado, se analiza, describe y comprende, como espacio conversacional, la radio FM UNViMe como una organización interna, en sus dinámicas para la producción de contenidos y el diálogo con estas dimensiones. Por otro lado, el Espacio de Orientación y Apoyo Estudiantil (E.O.A), como otra organización interna, también comprendida como un espacio conversacional, que tiene como principal función acompañar de manera integral e interdisciplinaria, las problemáticas de los y las estudiantes de esta universidad.

Siguiendo con la invitación de la metaperspectiva de la comunicación estratégica abordándola desde una intervención en el campo Curricular, en la Educación Superior Universitaria, Carranza (2016) nos aporta su trabajo titulado: *IEC en proyecto curricular licenciatura en diseño de comunicación UNVIME*. El mismo se centra en "La Teoría de la Comunicación Estratégica Enactiva (CEE) y la Investigación Enactiva en Comunicación (IEC) ofrecen a diversos dominios profesionales la posibilidad de intervenir en escenarios complejos de cambio social conversacional." (Massoni, 2020). El autor

sostiene que repensar un cambio conversacional en los modos de abordar la formación académica en comunicación, no solo en función de la especificidad del campo disciplinar sino, en referencia a las múltiples maneras en las que se imbrican nuestras prácticas sociales. El concepto de escenario en la definición de Massoni (2020), se expresa vinculándolo a la complejidad e identificándolo con la fluidez no estructurante que es propia de lo comunicacional. La dinámica social actual ya no se sorprende del abordaje multidisciplinar. La participación de la diversidad subjetiva ni siquiera requiere ser institucionalizada para asumirse como tal y tener la entidad suficiente como para involucrarse en la construcción material y simbólica del mundo. Desde esta perspectiva es que la comunicación se asume como “ciencia de la articulación”. Entendiéndola como fenómeno emergente de los procesos cotidianos de intersubjetividad social y no solo en el sentido del mensaje escindido de lo vivo.

El aporte significativo de este proyecto es que visibiliza la vinculación entre análisis y operación de: los resultados de la aplicación de técnicas IEC correspondientes a cuatro operaciones cognitivas del algoritmo fluido en la estrategia comunicacional del proyecto de reforma pedagógica curricular de la carrera “Licenciatura en Diseño de Comunicación” de la Universidad Nacional de Villa Mercedes (UNViMe), provincia de San Luis, Argentina. El proyecto IEC de la UNViMe tiene un doble propósito: por un lado, busca la definición concertada de lineamientos pedagógicos pensados y diseñados atendiendo a la especificidad de la comunicación como disciplina científica. Por el otro, se propone incorporar al cuerpo docente de la carrera en una primera experiencia de investigación participativa transdisciplinar en comunicación. La organización demandante de la investigación es la Licenciatura en Diseño de Comunicación, Escuela de Gestión de Empresas y Economía de la UNViMe, San Luis, Argentina.

Aportes significativos, son, asimismo, los trabajos realizados durante la cursada de la Maestría en Comunicación Institucional, Universidad Nacional de San Luis, durante el año 2020 por las maestrandas Ceballos Mariana y la autora del presente, se enuncian a continuación:

Seminario: “Entornos Digitales y Comunicación de las Organizaciones” para la presentación final de este trabajo se realizó una página interactiva que simulara ser la portada institucional de la UNViMe sede Justo Daract, septiembre 2018.

Seminario: “Comunicación Institucional”, la institución que se selecciona para el análisis es la UNViMe, Docente: Ana María Corti. En este trabajo se comenzaron a distinguir, diferenciar y describir diferentes características y categorías de la institución que permitieron un abordaje teórico que propició una mirada en profundidad de la universidad como organización pública, maestrandas: Roxana Tropich y Mariana Ceballos, mayo 2018.

Durante el año 2018 se publica en San Luis, Nueva Editorial Universitaria - U.N.S.L. el Libro digital, PDF, autores y compiladores Massoni S.; Uranga W.; Longo V.: *Políticas públicas y comunicación: una cuestión estratégica*, 1a Ed . En el mismo se presentaron trabajos de comunicación que a continuación se enuncian que aportan saberes significativos que obran como antecedentes al presente trabajo innovador:

Longo V. (2018): *Comunicar estratégicamente en las organizaciones: conceptualizaciones sobre qué es la comunicación estratégica (y qué no)*. Interesante aporte para los estudiosos de la comunicación estratégica puesto que la autora realiza una descripción conceptualización y un recorrido bibliográfico, sobre cómo se entiende y aborda, desde las distintas escuelas, corrientes y perspectivas, la comunicación estratégica, en las organizaciones y en el Estado.

Benedetti Agostina (2018): *La comunicación como estrategia para fomentar la participación: una propuesta desde la comunicación estratégica para un sindicato de la ciudad de San Luis*. La Loc. Nac. Aplica estrategia comunicacional para un Sindicato de la provincia de San Luis. Su marco referencial teórico se enmarca en la comunicación como un fenómeno complejo, fluido y multidimensional y se centra en buscar una transformación a partir de la conversación entre las alteridades que integran la misma. El objetivo e su trabajo es el diseño de una estrategia como dispositivo

autoorganizativo destinada a fomentar la participación de los afiliados en la institución.

Gálvez Robles Ruth M (2018): *Proyecto Comunicacional Institucional para el Ministerio de Educación de la provincia de San Juan*. En este trabajo de investigación se hace foco en la comunicación institucional que busca informar a los públicos, controlar o dirigir situaciones de comunicación, consolidar la identidad, la imagen institucional y fortalecer la cultura, creando y utilizando todos los medios con que cuenta la institución, con el propósito de una oportunidad para la eficiente gestión institucional y su mayor productividad. Concibiendo todas las acciones en interacción de las personas, entre sí y de éstas con su medio, como el componente fundamental de la acción comunicativa en la organización.

Es importante resaltar, también, resaltar la colección *Comunicación Estratégica Enactiva: A las orillas de otra ciencia y otra profesión*”(2023), segundo volumen, trabajo conjunto de la Escuela de Comunicación Estratégica de Rosario, la Maestría en comunicación estratégica de la Universidad Andina Simón Bolívar (sede Ecuador), la Maestría en gestión estratégica de la Comunicación de la Universidad Católica de Salta y *Enactiva Comunicación*, obra que responde a una convocatoria abierta realizada en el año 2016, a la cual se presentaron artículos que fueron sometidos a evaluación de pares de diferentes países de Latinoamérica.

Entre los trabajos presentados que nutren como antecedentes a la presente propuesta innovadora, se resaltan: el de Bittencourt, M. (2020) *“Tejiendo vínculos y sentidos en las universidades públicas en regiones de frontera a la luz de la comunicación estratégica”*. Aplicación de la Metodología de Comunicación Estratégica Enactiva (CEE) en el Centro de Estudios Superiores de Tabatinga de la Universidad del Estado de Amazonas - UEA, que se encuentra en la triple frontera de Brasil, Colombia y Perú, y de la observación de las perspectivas dirigidas a la región. Se plantea la necesidad de alzar voces advirtiendo sobre la importancia de renovar los discursos emprendidos dentro de los espacios universitarios, sino también en su entorno, como medio para convertir a la universidad pública brasileña en un

núcleo capaz de transformarse en un verdadero instrumento de integración sociocultural en el contexto donde ella actúa.

Laredo, F. (2023). “Una mirada a las políticas públicas locales de cultura desde la Comunicación Estratégica Enactiva”. En: Comunicación Estratégica Enactiva: a las orillas de otra ciencia y otra profesión. - Vol. 2 - 1a ed. - Rosario, Argentina: Enactiva Comunicación Ediciones. ISBN 978-987-48605- 1-4. Este proyecto de IEC se llevó a cabo en el año 2019, cuyo propósito fue lograr un aporte desde la metaperspectiva de la Comunicación Estratégica Enactiva que permitiera re-dimensionar el lugar del encuentro entre los diversos actores vinculados a las políticas públicas culturales locales, del municipio de Rosario.

Lombardi, R. A. (2023). “Comunicación Estratégica Enactiva (CEE) como herramienta de gestión para la Asociación Salteña de Handball”. En: Comunicación Estratégica Enactiva: a las orillas de otra ciencia y otra profesión. - Vol. 2 - 1a ed. - Rosario, Argentina: Enactiva Comunicación Ediciones. ISBN 978-987-48605-1-4. En esta investigación se estudió y analizó a los distintos actores que constituyen el handball salteño. Luego de su detección y caracterización, se fomentó su participación activa en la generación de un diagnóstico que sirvió de materia prima para refuncionalizar las estructuras heredadas. Es importante resaltar lo que afirma el autor: “*La búsqueda del cambio social es el principal componente que alinea a la IEC con esta investigación. Esta última se realiza con el objetivo de que el análisis propicie un cambio institucional. La investigación de la ASH se efectúa, con la certeza de que la investigación inserta cambios en su entorno complejo y fluido con el simple hecho de producirse*” (Massoni, Bussi, 2023, p.108).

Muñoz Zulma y García Páez Jacquelin: *La Comunicación Estratégica Enactiva para el cambio social en la formación del comunicador social de la Universidad Surcolombiana* (p.120). Esta investigación se centra en los problemas que se despliegan de la falta de articulación y convergencia entre las áreas de formación: Comunicación Ciudadana y Comunitaria y Comunicación, Sociedad y Organizaciones que integran el Núcleo de Comunicación Estratégica para el Cambio Social, proceso adelantado en el marco de la renovación curricular del Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad Surcolombiana, que suscitó reflexiones

académicas y acciones pedagógicas para reconocer y encarar dichas problemáticas desde apuestas teóricas, epistemológicas, de investigación e intervención propuestas por la Comunicación Estratégica Enactiva.

Carou Marcela: *Proyecto de Diagnóstico Comunicacional Estratégico para la Universidad Nacional de Chilecito en el marco del conflicto ambiental y las tensiones con asambleas ambientalistas (p.268)* En el mismo, se aborda un diagnóstico de comunicación para una institución pública, como la Universidad Nacional de Chilecito, y los denominados “ambientalistas” en el marco de las tensiones por la posible contaminación del aire, y la utilización del agua.

Finalmente, se aclara que, no se ha registrado investigación alguna que aborde estrategias de comunicación enactiva en la organización UNViME, sede Justo Daract.

9- Metodología de análisis

Siguiendo los postulados de la Ordenanza N° 002 de la Universidad Nacional de San Luis, Facultad de Ciencias Humanas en su apartado 8, entre las propuestas del trabajo integrador final, se decide presentar una aplicación innovadora desde la mirada de la metaperspectiva de la CEE (Comunicación Estratégica Enactiva). Y desde un espacio de investigación acción-participativa.

Esta aplicación innovadora tiene un significativo componente de reconstrucción de prácticas ya realizadas y que siguen enriqueciéndose, en las que la autora fue partícipe.

No es un decir “seamos participativos”, es una acción emergente de un sistema abierto y complejo (el ser humano) que interactúa en otro sistema abierto y complejo (el territorio) a partir de estrategias comunicacionales como dispositivos de vinculación entre los actores de una situación en particular. Es el despliegue de una IEC como algoritmo fluido de la diversidad a partir del reconocimiento y, a la vez, de la operación de la

multidimensionalidad de lo comunicacional en cada situación, que se realiza en los dos momentos de su desarrollo en procesos crecientes de co-diseño con los actores. (Massoni, 2020, p,12)

Esto es, que lo comunicacional se trabaja desde una visión de investigación, pero centrada en el respeto de lo vivo, o sea, desde la comunicación habitada. (Ibidem. p.12)

Se aclara al decir de Massoni (2020) que la teoría de la CEE redefine a la comunicación” como un encuentro en la diversidad, un cambio social conversacional que enactúa; una reconfiguración intersubjetiva, situacional, histórica, dinámica y evolutiva, micro-macrosocial, compleja, fluida, fractálica y autoorganizada” (Massoni, 2003). Cada una de estas características de la comunicación se despliegan en la IEC como correlato metodológico de esta teoría a partir de los distintos componentes de su batería metodológica.

Para llevar adelante el plan de diagnóstico estratégico en el territorio se abordará la investigación a través de la teoría de la Comunicación Estratégica Enactiva (CEE) que plantea una metodología de investigación particular: la Investigación Enactiva en Comunicación (IEC). Esta metodología mediante “técnicas, instrumentos y herramientas propias, examina con criterios de científicidad a la multiplicidad de lo comunicacional, en términos del acoplamiento dinámico y evolutivo de sistemas complejos emergentes” (Massoni, 2018, p. 86). Se ilustra con la siguiente infografía:

Operaciones del algoritmo fluido en una IEC: técnicas, instrumentos y herramientas.			
Operación cognitiva	Técnica	Instrumento (ejemplo)	Herramienta (ejemplo)
1- Diálogo de saberes	Versión Técnica Comunicacional (VTC)	Test de la fotoproblema	VTC sintética
2- Determinación del tipo de encuentro dominante	Marcas de Racionalidad Comunicacional (MRC)	Diseño mediante MRC	Reconocimiento de MRC en productos y espacios de comunicación
3- Identificación de agentes semióticos y simbióticos de la reconfiguración	Mapeo Comunicacional de Actores (MCA)	Test de jerarquía de actores y competencias	Diagrama evolutivo de actores
4- Reconocimiento de autodispositivos colectivos	Matrices Socioculturales (MS)	Test de modos y formas	Caracterización evolutiva de MS
5- Despliegue comunicacional de espacios y productos	Árbol de Soluciones (AS)	Prototipado evolutivo de tecnologías sociales, productos y espacios de comunicación	Matriz escalonada de planificación concertada de acciones, proyectos, programas y políticas de comunicación
6- Diseño y realización de investigación de campo	Matriz de Datos IEC (MD IEC)	Matriz de datos IEC escalonada	Matriz de datos IEC por MS
7- Reconfiguración micro-macro social del encuentro en la diversidad	Plan Operativo (PO)	Ejes y tonos de comunicación por MS	Matriz de planificación de acciones, proyectos, programas y políticas

Fuente: Massoni, Sandra y Bussi, Mateo. Guía IEC. Comunicación Estratégica Enactiva: la ciencia de la articulación. Rosario: Enactiva Comunicación Ediciones, 2022.
2ª Ed. ampliada. Disponible en: www.sandramassoni.ar

De ellas, se desplegarán cuatro de las siete operaciones cognitivas de la IEC, a saber: diálogo de saberes por medio de la Versión Técnica Comunicacional (**VTC**), posteriormente, la implementación de las Marcas de Racionalidad Comunicacional (**MRC**), se continúa con Mapeo Comunicacional de Actores (**MCA**), luego, **reconocimiento** de los autodispositivos colectivos usando las Matrices Socioculturales (**MS**), una propuesta de Árbol de Soluciones (**AS**).

Son operaciones cognitivas y no fórmulas que se aplican siempre igual. Por lo cual, cada proyecto decide por dónde comienza su estrategia comunicacional. Por ejemplo: un proyecto puede comenzar con un análisis de Marcas de Racionalidad Comunicacional (MRC) y otro puede hacerlo con una VTC.

“Cada uno de los pasos del diseño de una estrategia de comunicación genera un producto/síntesis que se usa como elemento de planificación flexible y conforma un mapa para navegar en un mundo fluido. No son mapas fijos; por el contrario, estos elementos/síntesis se ajustan a medida que el problema que aborda la estrategia comunicacional se transforma. Las estrategias comunicacionales no son planes previos sino mapas fluidos para acompañar encuentros socioculturales en

dimensiones múltiples” (Massoni, 2013: 158, Citado por Massoni, Bussi, 2020, p.18).

Aquí es importante resaltar que, a medida que se implementan las operaciones cognitivas de la estrategia comunicacional, para el co-diseño se irá interactuando junto a los actores del territorio, propiciándose participación en procesos de autoorganización continua. Puesto que, con la metaperspectiva se trata de aprender a recuperar la heterogeneidad para acompañar el cambio conversacional en procesos situados de complejidad creciente. La ciencia de la articulación se ocupa de sistematizar la observación comunicacional como un proceso de encuentro en dimensiones múltiples que es, a la vez/en sí misma, una reconfiguración espacio temporal micro-macrosocial que especifica el cambio social conversacional (p.16)

9.1-Relevamiento de información

En este punto, se podrá recuperar los objetivos específicos de la propuestos a través de la participación en encuentros donde los actores sociales daractenses: educativos y fuerzas vivas interactúan en torno a la educación superior en localidad, en especial proyección de la Universidad Nacional de Villa Mercedes (UNViMe),

Además, se analizarán algunas piezas comunicacionales tales: publicaciones literarias, actas de la Comisión pro-universidad, publicaciones de la página de Facebook de la universidad, sede Justo Daract, documentos oficiales, entre ellos, la RR 991/2019 UNViMe de la creación “Comisión Asesora de Co-Formadores de Justo Daract; fotografías de eventos sociales, entre otras emergentes relacionados a la problemática que se estudia. Se aprovecharán las entrevistas de los directores de las instituciones educativas de la localidad, las que fueran realizadas en torno a la realización de la pasantía que exige el plan de estudio, previas a la presentación del trabajo final (Ord. 002, p.7) como así también reuniones institucionales.

9.2 Operaciones del despliegue de la estrategia comunicacional

“Una IEC se despliega en siete operaciones cognitivas diferenciadas y cada una de ellas tiene técnicas, instrumentos y herramientas a través de las cuales se consigue propiciar ese proceso cognitivo en particular en el territorio de la investigación” (Massoni, 2019: 59). En el presente proyecto se aplicarán:

-Versión Técnica Comunicacional (VTC) se ubica el área dentro de la cual se encuentra el problema, se conceptualiza la organización demandante, a continuación, se requiere la formulación de la frase núcleo, misma que debe abarcar aspectos y subaspectos del problema, para su posterior análisis desde las consideraciones de complejidad del mismo (Massoni y Bussi 2020, 31).

-Mapeo Comunicacional de Actores (MCA) El MCA permite la identificación de los agentes de la reconfiguración, la técnica de aplicación consiste en el reconocimiento y jerarquización de actores relacionados a la trama que intervienen en determinado grado en la misma y su respectiva vinculación con cada uno de los componentes previamente planteados. (Massoni y Bussi 2020, 87).

Matrices socioculturales (MS) La caracterización de las MS permite realizar un reconocimiento e identificación de los diferentes actores que intervienen dentro de una problemática específica, planteándose como auto dispositivos colectivos de estos diferentes sectores sociales. Una vez realizada la agrupación de actores en las MS, se procede con el análisis de características de los mismos, aspecto que permite la identificación de fractales y complejidad alrededor de los mismos (Massoni y Bussi, 2020, 104)

Árbol de soluciones (AS) La técnica de árboles de solución permite el diseño de espacios y productos comunicacionales. La propuesta de estas acciones se centra en la reconfiguración intersubjetiva micro- macrosocial y se gesta a partir de los reconocimientos realizados por parte de los investigadores los cuales se ponen en evidencia en técnicas anteriores. (Massoni y Bussi, 2020, 130-131)

9.3 Matriz de datos de la investigación

La matriz se llevó a cabo en diferentes momentos cronológicos, durante los cuales se fue desplegando la estrategia comunicacional a saber: año 2017 en el marco de la cursada de la Maestría en Comunicación Institucional, de la Universidad Nacional de San Luis, el Seminario: “*Comunicación estratégica*” a cargo de la Dra. Sandra Massoni. Al año siguiente, el Seminario “*Planificación y gestión en la comunicación institucional*”, responsable, Dr. Washington Uranga. Durante el año 2021, segundo año de pandemia, la maestranda participó de manera particular, del Curso “Diseño de estrategias de comunicación participativa, siendo sus Coordinadores: Dra. Sandra Massoni y Prof. Mateo Bussi Este curso se proponía acompañar el desarrollo de estrategias de comunicación con metodologías participativas, a trabajar en los territorios con lo que está ahí mismo y a diseñar acciones desde la multidimensionalidad de la comunicación para convocar a una participación auténtica.

Pasada la situación mundial que azotó el COVID, la maestranda retoma los encuentros presenciales con referentes de los equipos de conducción de las escuelas de la localidad, referentes de las fuerzas vivas de Justo Daract, como: Unión Ferroviaria, la Fraternidad, Centro de Industriales y Comerciantes, docentes jubilados, Centro Educativo N° 11, Escuela Técnica N° 21 “María Auxiliadora”, escuelas de nivel primario daractenses, representantes de la UNViMe entre otros colectivos sociales.

El equipo técnico estuvo conformado por un Profesor de la casa de estudios universitarios y dos estudiantes de 4 año del Profesorado Universitario en educación Primaria y un nodocente, estudiante de la carrera Licenciatura en Diseño de Comunicación, de la UNViMe. Se suma a ellos, la investigadora-comunicadora de forma individual quien más adelante validara sus reconocimientos con el equipo de expertos

10- Desarrollo de la Investigación Estratégica Comunicacional (IEC)

10.1 VTC (Versión Técnica Comunicacional) operación cognitiva:
Diálogo de saberes (Massoni, 2003)

Tabla N.º 01 VTC – Versión Técnica Comunicacional del Proyecto IEC “UNViMe y el encuentro sociocultural colectivo”		HERRAMI ENTA N° 01 Fecha 21/08/23
FRASE NÚCLEO DEL PROBLEMA		
Tema	Comunicación y universidad.	
Para quién	Universidad Nacional de Villa Mercedes.	
Frase núcleo de la VTC	"La sede de la Universidad en Justo Daract no es visibilizada como dispositivo de transformación social".	

Elaboración propia en base a: Massoni, 2013.

Tabla N.º 02 VTC – Versión Técnica Comunicacional del Proyecto IEC “UNViMe y “UNViMe y el encuentro sociocultural colectivo”		HERRAMI ENTA N° 01 Fecha 21/08/23
COMPONENTES DEL PROBLEMA		
Frase núcleo de la VTC: "La sede de la Universidad en Justo Daract no es visibilizada como dispositivo de transformación social".		
Componente 1: Sociocultural- educativo		
Componente 2: Económico-productivo.		
Componente 3: Político		

Elaboración propia en base a: Massoni, 2013.

Tabla N.ª 03 VTC – Versión Técnica Comunicacional del Proyecto IEC “UNViMe y el encuentro sociocultural colectivo”		HERRAMIE NTA N.ª 01 Fecha 21/08/23
COMPONENTES Y ASPECTOS DEL PROBLEMA		
Frase núcleo de la VTC: "La sede de la Universidad en Justo Daract no es visibilizada como dispositivo de transformación social".		
Componentes Aspectos		
Componente 1: Sociocultural-educativo	1.1: Limitado compromiso social.	
	1.2: Falta de generación de una comunidad de aprendizaje colaborativa	
	1.3.: Resistencia al cambio.	
	1.4: Necesidad del espacio propio (“la casa propia”).	
Componente 2: Económico-productivo	2.1: Ausencia de proyectos de inversiones públicas y/o privadas en la localidad.	
	2.2: Éxodo poblacional en busca de nuevos horizontes.	
	2.3: Alto índice de desempleo a raíz de la privatización del ferrocarril.	
Componente 3: Político	3.1: Ausencia del Estado provincial en Políticas Públicas para la localidad: Salud, trabajo, viviendas	
	3.2: Alto índice de desempleo por privatización de los ferrocarriles argentinos.	
	3.3: Ausencia de agrupamientos sociales no gubernamentales que fomenten actividades solidarias.	

Elaboración propia en base a: Massoni, 2013.

Aclaración: La “Resistencia al cambio”, enunciado del Componente 1, 1.3, se comprende no desde una mirada reduccionista, ideológica sino más bien como aspecto de contraste con los actores sociales desde la mirada de la cotidianidad de quienes habitan el territorio más convergente con la dirección de transformación que se propone la IEC.

Además, desde la metaperspectiva de la Comunicación Estratégica Enactiva se ofrece herramientas conceptuales y metodológicas para comprender y abordar la resistencia al cambio desde una perspectiva sistémica, cultural y comunicativa, centrándose en la exploración de los sistemas complejos, las matrices socioculturales, los procesos comunicativos emergentes y la promoción de la autenticidad y la participación en los procesos de cambio

Tabla N.º 04 VTC – Versión Técnica Comunicacional del Proyecto IEC “UNViMe y el encuentro sociocultural colectivo”		HERRAM. N.º1 Fecha 03/09/23
NIVELES DEL PROBLEMA POR COMPONENTE DE LA VTC		
Frase núcleo de la VTC: "La sede de la Universidad en Justo Daract no es visibilizada como dispositivo de transformación social".		
Síntomas	<p>1.1 Ausencia de comisiones barriales, de clubes y otras ONGs.</p> <p>1.2 .1 Cada institución social trabaja a puertas cerradas.</p> <p>1.2.2 Las instituciones educativas realizan eventos sociales una vez al año, como, por ejemplo: Jardín N° 6 “El festival de la alegría”; Centro Educativo N° 11: “La marcha de las antorchas” y “La fiesta de la primavera”; Esc. Técnica N° 16. “INDUTEC”: presentación de los trabajos de los alumnos y stand de otras instituciones y comercios. Esc. Técnica N° 21 “Jornadas de puertas abiertas: presentación de trabajos de los alumnos y stand de empresas agropecuarias.</p> <p>1.3 Quejas permanentes en diferentes espacios comunicacionales: radios locales, redes sociales</p> <p>Publicaciones: Boffa Mario (2021): <i>Lo que el viento nos dejó</i>. Ed. Tabaquillo. Voces: “Todo se lleva de acá”. “San Luis termina en el puente del INTA”, “<i>todo tiempo pasado fue mejor</i>”.</p> <p>1.4.1: Todo trámite administrativo de los tres claustros (docentes, alumnos, nodocentes) se centra en Villa Mercedes, en Justo Daract existe una mesa de entrada con bolsín, únicamente.</p> <p>1.4.2: Reiterados traslados para llevar adelante la actividad académica.</p>	
Consecuencias	<p>1.1 Desidia social.</p> <p>1.2 Rupturas de interacciones sociales que enriquezcan las experiencias, las necesidades y las demandas de cada una</p> <p>1.3 Individualismo comunitario</p> <p>1.4.1. Burocratización. Los aspirantes a carreras renuncian a sus aspiraciones.</p> <p>1.4.2 Las decisiones se ejecutan atemporalmente.</p> <p>1.4.3 Escaso sentido de pertenencia</p>	
Componente 1 <i>Sociocultural - educativo</i>	<p>1.1 Limitado compromiso social</p> <p>1.2 Falta de generación una comunidad de aprendizaje colaborativo</p> <p>1.3 Resistencia al cambio</p> <p>1.4 Necesidad del espacio propio (“la casa propia”).</p>	
Causas próximas	<p>1.1 Falta de motivación y ausencia de agentes sociales motivacionales.</p> <p>1.2 Carencia de liderazgo.</p> <p>1.3 Sistemas institucionales insulares.</p> <p>1.4 Burocracia institucional</p>	
Causas básicas	<p>1.1 Pasividad social.</p> <p>1.2 Individualismo.</p> <p>1.3 Desinterés.</p> <p>1.4 Invisibilidad material</p>	

Tabla N.º 05 VTC – Versión Técnica Comunicacional del Proyecto IEC “UNViMe y el encuentro sociocultural colectivo”		HERRA M. N.º 1 Fecha 03/09/ 23
NIVELES DEL PROBLEMA POR COMPONENTE DE LA VTC		
Frase núcleo de la VTC: "La sede de la Universidad en Justo Daract no es visibilizada como dispositivo de transformación social".		
Síntomas	2.1 Aumento de Planes Sociales 2.2 Estancamiento en la densidad poblacional 2.3 Cierre de comercios	
Consecuencias	2.1 Estado vertical, dictatorial 2.2 Desequilibrio generacional 2.3 Economía social en declive	
Componente 2 de la VTC: <i>Económico-productivo</i>	2.1 Ausencia de proyectos de inversiones públicas y/o privadas en la localidad 2.2 Éxodo poblacional en busca de nuevos horizontes 2.3 Alto índice de planes sociales	
Causas próximas	2.1 Estigmatización social: “Daract, lugar de paso (Ej. Daract ubicada al ingreso de la localidad, a 40 km emerge imponente la ciudad de Villa Mercedes con una cartera de ofertas educativas variadísima, tanto pública como privada. Ciudad industrial y productiva. 2.2 Conformismo social. 2.3 Decisiones gubernamentales de impacto a corto plazo, sin proyecciones: Ej. planes sociales. Coparticipación en disonancia con el aumento poblacional	
Causas básicas	2.1 No existen nativos locales, casos excepcionales. 2.2.1 Crisis laboral. 2.2.2 Falta de involucramiento de otros sectores productivos, ejemplo agricultor, industrial 2.2.3. Economía que mira al arrendamiento e inversores externos 2.3 Ausencia de una voz plural, colectiva de protesta ante la necesidad de trabajo genuino, vuelva a ser el motor del crecimiento, el principal mecanismo de distribución del ingreso.	

Elaboración propia en base a: Massoni, 2013.

Tabla N.º 06 VTC – Versión Técnica Comunicacional del Proyecto IEC “UNViMe y el encuentro sociocultural colectivo”		HERRAM. N.º1 Fecha 03/09/23
NIVELES DEL PROBLEMA POR COMPONENTE DE LA VTC		
Frase núcleo de la VTC: "La sede de la Universidad en Justo Daract no es visibilizada como dispositivo de transformación social".		
Síntomas	3.1 Escasa inversiones tanto públicas como privada 3.2 Pirámide generacional desequilibrada: alto índice de niños, adultos mayores y en menor escala, los jóvenes. 3.3: Ausencia de agrupamientos sociales no gubernamentales que fomenten actividades solidarias	
Consecuencias	3.1 Incertidumbre social sobre el futuro económico 3.2 Falta de proyección oferta académica Ej. Falta de decisiones institucionales de la UNViMe como nuevas ofertas académicas para afianzar la Universidad en la localidad 3.3 Desidia	
Componente 3 de la VTC: Político	3.1 Ausencia del Estado provincial en Políticas Públicas para la localidad: Salud, trabajo, vivienda 3.2 Mandato generacional ligado al migratorio familiar 3.3 Frustración en las expectativas de vida	
Causas próximas	3.1 Desinterés de inversiones públicas y privadas 3.2 Separación de la familia 3.3 Carpen diem (Vivir el presente)	
Causas básicas	3.1 Estancamiento social y apatía hacia todo lo que es local. 3.2 Falta de oportunidades de trabajo. 3.3. Imposibilidad de cubrir necesidades básicas. (Ej. Escasez de agua potable y falta de infraestructura hídrica)	

Elaboración propia en base a: Massoni, 2013.

La definición de la frase núcleo del problema focaliza la tensión entre la UNViMe sede Justo Daract y su inserción en el territorio. El despliegue reconoce tres componentes (sociocultural-educativo, Económico-productivo y Político) que se articulan en torno a la reconfiguración situada de la problemática: Frase núcleo de la VTC: *Falta de visibilidad de la Sede de la Universidad en la trama social daractense como dispositivo de transformación social.*

Se permite evidenciar en el despliegue de la VTC: los principales motivos e impacto vinculados al decir de Uranga (2016, p.27) con las experiencias y vivencias de vida de los hombres y mujeres (actores sociales) en su contexto histórico y geográfico. Una comunidad que como titula Boffa (2021) en su libro *Lo que el viento nos dejó...*. Tantos hitos en la historia de los daractenses muchos de ellos grises, trae aparejado los síntomas (quejas, desidia), consecuencias (desesperanza, añoranzas por lo que fue), las causas (falta de motivación, pasividad social, desinterés, individualismo) del presente de una sociedad que aún no puede visibilizar una universidad pública en la localidad. "...añoranzas, un futuro de posibilidades inciertas (...). El marcado clima desértico casi eliminó la vieja historia de los vientos secos" (Ibidem, p. 12,13). Zona más húmeda en la actualidad que metafóricamente, se puede decir, consecuentemente, más proyección, mayores siembras.

10.2 Marcas de Racionalidad (MR)

A continuación, coincidiendo con Uranga, nuestra pretensión es generar discusión pública sobre la Universidad Nacional de Villa Mercedes, Sub-Sede Justo Daract, con el fin de "Determinar el encuentro dominante" (operación cognitiva 2) en la situación que se investiga, continuando con los aportes de la Dr. Sandra Massoni (2013) se presenta cuadro de "**Marcas de racionalidad**". Estas son un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales registra y considera una serie de datos de interés comunicacional en el marco de la ciencia de la articulación: establece la dimensión de la comunicación dominante a partir del reconocimiento de MRC en productos y espacios de comunicación utilizados en el proyecto, en el territorio de la investigación y en torno al tema que se investiga. (Massoni S., Bussi M. (2020, p.20)

Tabla N° 7: ANÁLISIS DE MARCA DE RACIONALIDAD COMUNICACIONAL (MRA) del Proyecto IEC: “UNViMe y el encuentro sociocultural colectivo”			Herramienta N° 1 Sep. 2023
PIEZA O ESPACIO	PROCESO COMUNICACIONAL	MARCAS DE RACIONALIDAD	DIMENSIÓN DE LA COMUNICACIÓN
Proyecto Institucional	<p>El PEI es el instrumento que sustenta los motivos la creación: su misión, visión, motivos de su nacimiento. Es aquí donde se asientan los cimientos de la identidad de esta institución de educación superior universitaria. planificación a mediano y largo plazo. la Universidad Nacional de Villa Mercedes. Expresa el contexto político, económico y social en el que se inserta. La viabilidad política y social. El Estatuto. Los fines y metas de la Institución. La organización La organización de la Universidad. El modelo propuesto para la organización académica de la Universidad. Las características de las funciones de docencia, la orientación de la misma y el perfil de los egresados. La organización y</p>	<p>VERTICALIDAD en la presentación de la autoridad excluyente y la concentración del emisor.</p> <p>LINEALIDAD en la predisposición de la información, como base del funcionamiento de la universidad.</p> <p>SEGMENTACIÓN en la distribución de funciones que representa.</p> <p>COMUNICACIÓN</p>	INFORMATIVA

	<p>oferta académica, en este caso: Departamentos, Escuelas y Carreras. La organización de la actividad administrativa y el Plan de desarrollo de las actividades de docencia, investigación y extensión. Es la guía para transitar el camino del horizonte compartido del pasado que la deseo, la proyectó, la defendió, y el presente prospectivo.</p>		
<p>Edificios oficiales</p>	<p>Toda la estructura universitaria funciona en diferentes edificios separados en Villa Mercedes.</p> <p>En la sede Justo Daract, después de varios traslados, por instituciones educativas del medio (Esc. Téc. N° 16 “Jesús Obrero”, Centro Educativo N° 11 “Insp. Sócrates Cortines” y arrendamientos: casa familiar y en la actualidad una</p>	<p>SEGMENTACIÓN representada en la distribución de las funciones en distintos edificios</p> <p>VERTICALIDAD en la concentración del Rectorado como eje de todo el funcionamiento de la Universidad.</p> <p>INTERACCIÓN DE SUJETOS en la disposición de espacios destinados a diversas actividades</p>	<p>INTERACCIONAL</p>

	<p>fábrica de la Asociación Agrícola ganadera que su refaccionada y refuncionalizada, ubicada en el acceso de ingreso a la localidad de Justo Daract.</p> <p>Repite la organización tradicional de las Universidades, pero no la separación por facultades sino por Escuelas donde se concreta toda la actividad académica; y por Departamento donde radican los cargos docentes. A partir del inicio de su actividad toda la política de gestión se centró en Rectorado (En seis años de funcionamiento se cambió cuatro veces de responsables de dirección y desde el 2019-2023 han sido períodos de democratización donde han sido electos dos rectores (el primero no logró alcanzar su reelección, pierde la misma por el claustro alumnos)</p>		
--	--	--	--

<p>Sitio web institucional</p>	<p>El sitio web de la Universidad Nacional de Villa Mercedes se ha trabajado hasta la actualidad como un boletín informativo y cartelera oficial. Todo lo que aparece publicado en www.unvime.edu.ar se imprime y se pega en las distintas carteleras distribuidas en los edificios de actividad oficial y se multiplica en grupos de WhatsApp. La página de inicio contiene dos secciones principales: Noticias y Avisos, el menú a su vez, muestra links de información sobre la UNViMe, los Departamentos y Escuela y en ellas, las Carreras que ofrece. Además: las Becas disponibles para los alumnos, las actividades de Investigación, y los medios de contacto. Además, tiene accesos especiales para los ingresantes, alumnos, docentes y administrativos.</p>	<p>VERTICALIDAD en la presentación de la autoridad excluyente y la concentración del emisor.</p> <p>LINEALIDAD en la predisposición de la información, como base del funcionamiento de la universidad.</p> <p>SEGMENTACIÓN en la distribución de funciones que representa.</p> <p>COMUNICACIÓN OPERATIVA en la descripción de las actividades institucionales</p>	<p>INFORMATIVA IDEOLÓGICA INTERACCIONAL</p>
<p>Comunicación informal</p>	<p>Este tipo de comunicación se da entre pares, entre autoridad y docentes. Entre docentes. Los mismos se concretan a través</p>	<p>INTERACCIÓN DE SUJETOS</p>	<p>INFORMATIVA INTERACCIONAL</p>

	de la creación de grupos de WhatsApp También entre la Dirección de la esc. De Cs. Soc. y Educación, UNViMe, sede Justo Daract y las fuerzas vivas daractenses		
--	--	--	--

Elaboración propia en base a: Massoni, 2016.

Martín Barbero (2000) citado por Uranga (2016, p. 28) afirmaba que: un discurso es entramado de la cultura y fundamento de la historia de vida de la comunidad...” Consecuentemente las prácticas sociales son también eso no dicho, los silencios y las resistencias. Es oportuno destacar lo precedente porque las Marcas de racionalidad nos muestran la dimensión de la comunicación dominante, lo no dicho, a veces directamente, y que en realidad configura esa construcción entre líneas. En este caso que se estudia sobresale, como índice que está articulando el encuentro en la situación (Massoni, 2003 y 2016): preponderancia de marcas de verticalidad, linealidad y segmentación, pocos rasgos de interacción social.

Seguidamente el **Reconocimiento de los actores** en el MCA (Mapeo comunicacional de actores) La operación cognitiva es: “*tipo de encuentro dominante*”. En este mapeo nos encontramos con:

- Tabla N°3 A MCA Reconocimiento de actores
- Tabla N°3 B MCA Jerarquización de actores

10.3: Mapeo comunicacional de ACTORES: MCA A: “Reconocimiento de actores”

Tabla N.º 8 MCA – Mapeo Comunicacional de Actores del Proyecto IEC “UNViMe y el encuentro sociocultural colectivo” RECONOCIMIENTO DE ACTORES POR COMPONENTE DE LA VTC COMPONENTE 1: Sociocultural-educativo		HERRAM. N.º 1 Fecha 4/9/202 3
Actores actualmente vinculados		
Síntomas	1.1	Secretaría de cultura provincial - Ministerio de cultura Nacional - Secretaría de deporte provincial - Club Pringles - Club Tracción San Martín - Club Independiente - Club Belgrano - Asociación de niños y jóvenes con discapacidad - Gremio Unión Ferroviaria - Gremio Fraternidad - Asociación Agrícola-ganadera
	1.2	Vecinos - políticos partidarios - jóvenes de agrupaciones políticas - universitarios - concejales
	1.3	empleados públicos - empleados bancarios - comerciantes - empleados municipales - beneficiarios de planes sociales - docentes - alumnos de colegios secundarios - agropecuarios - profesionales - socios de Clubes centenarios: Pringles, San Martín - Independiente - Belgrano - Avanzada - Comunicadores radiales
Consecuencias	1.1	Vecinos - políticos partidarios - funcionarios municipales - jóvenes de agrupaciones políticas - universitarios - concejales - empleados públicos - empleados bancarios - comerciantes - industriales - empleados municipales - beneficiarios de planes sociales - docentes - alumnos de colegios secundarios - agropecuarios - profesionales - socios de Clubes centenarios: Pringles - San Martín - Independiente - Belgrano - Avanzada - feligreses católicos - evangélicos - adventistas - testigos de Jehová - mormones -
	1.2	adultos mayores - ferroviarios - daractenses emigrantes
	1.3	Vecinos - políticos partidarios - funcionarios municipales - jóvenes de agrupaciones políticas - universitarios - concejales - empleados públicos - empleados bancarios - comerciantes - industriales - empleados municipales - beneficiarios de planes sociales- Clubes centenarios: Pringles - San Martín - Independiente - Belgrano - Avanzada - feligreses católicos - evangélicos - adventistas - testigos de Jehová – mormones- Autoridades de la UNViMe

		Instituciones de Justo Daract Escuelas de Nivel Inicial: Jardín Crecer Jugando” - Escuela de Nivel primario centenarias: N° 272 “Capital Federal” - 37 “Juan B. Alberdi” - N° 82 “Gral. Las Heras” - N° 429 “Gregorio Agüero” - Escuelas de Nivel Secundario: N° 16 “Jesús Obrero” - N° 21 “María Auxiliadora” - Centro Educativo N° 11 “Insp. Sócrates Cortines” - ADAD (Asociación de día de apoyo al joven con discapacidad) – UNViMe sede Justo Daract - Biblioteca Popular “Domingo F. Sarmiento”- Centro de Comerciantes de Industriales - Asociación Agrícola ganadera - Gremio La Fraternidad- Unión Ferroviaria - Comisaría 18° - Municipio - Entidades bancarias: Banco Nación Argentina
	1.4	Autoridades de la UNViMe-Docentes- Nodocentes- Estudiantes universitarios- jóvenes daractenses- aspirantes alumnos
	1.5	Autoridades de la UNViMe-Docentes- Nodocentes- Estudiantes universitarios-comunidad daractense
Aspectos	1.1	Docentes - empleados administrativos municipales - escuelas - directivos de escuelas - medios masivos - familias - academias – festivales: del tango, de la alegría, “Roberto Maño”, escolares Centro Cultural Comunitario Daractense -
	1.2	Organizaciones internacionales de promoción de desarrollo - Cooperativas - Bancos cooperativos- Mutuales - Universidades: UNViMe, UPrO Partidos políticos: Radicales- Justicialistas, Avanzar, Libertarios Gremio Unión Ferroviaria - Gremio Fraternidad - Asociación Agrícola-ganadera - Centros culturales: academias de danzas, de música, de baile juvenil y de adultos
	1.3	Expertos en cambio social - funcionarios de Secretarías provinciales y municipales - Centro de comercio - Universidades - Graduados profesionales: UNViMe, UPrO, UNSL; UNRC; UNC, UNTresF - Rector - directores de la UNVIME – Iglesias: católica, adventista, protestante, Evangélicas, Testigos de Jehová, mormón- Grupos culturales: de danzas folclóricas, española, árabe, de canto, deportivas. - Sindicatos
Causas próximas	1.1	Universidades - Graduados profesionales: UNViMe, UprO, UNSL, UNRC, UNC, UTreF - Rector - directores de la UNVIME - Iglesia “Jesús Obrero”, “Sagrado Corazón”- Iglesias evangélicas- Testigos de Jehová- mormones- adventistas- Academias de danzas: “Dancerinas”, “Inés Palacios Pilates”, Ballet Municipal”, Academia de danzas folclóricas “

	1.2	Universidades – Graduados universitarios de los Profesorados de la Esc. De Cs. Soc. y Educación- ONG - Rector - Directores de la UNVIME – Iglesias: Católica, Protestante- Evangélicas- Mormones, Testigos de Jehová - Grupos culturales:” Dancerinas”, grupos folclóricos de canto, de danzas.
	1.3	Escuelas - Universidades - Graduados profesionales: UNViMe, UPrO (Universidad Provincial de Oficios) - Partidos políticos - Secretarías de innovación y desarrollo jurisdiccional y de la UNViMe
	1.4	Autoridades de la UNViMe
	1.5	Autoridades de la UNViMe
Causas básicas	1.1	Medios de comunicación: Radio Mix, Radio Ecos, Cable canal digital - Mutuales - Universidades - Sindicatos: La Fraternidad, Unión Ferroviaria, Camioneros Partidos políticos: Unión Cívica Radical, Avanzar, Justicialista - Libertarios Centro Cultural comunitario daractense de la UNViMe, Sede Justo Daract -
	1.2	Cooperativas - Bancos cooperativos - Fundaciones de movimientos cooperativos - Mutuales - Universidades Sindicatos: La Fraternidad, Unión Ferroviaria, Camionero Partidos políticos: Unión Cívica Radical, Avanzar, Justicialista Centros culturales: Academias de danzas folclóricas, danzas españolas, árabe, “Dancerinas”. Gimnasios
	1.3	- Universidades - Sindicato La Fraternidad, Unión Ferroviaria, Camionero - Partidos políticos: Unión Cívica Radical, Avanzar, Justicialista, Libertarios - Centro cultural comunitario daractense de la UNViMe

Tabla N.º 9 MCA – Mapeo Comunicacional de Actores del Proyecto IEC “UNViMe y el encuentro sociocultural colectivo”		HERRAM N.º1
RECONOCIMIENTO DE ACTORES POR COMPONENTE DE LA VTC COMPONENTE 2: Económico-productivo		Fecha 4/9/202 3
Actores actualmente vinculados		
Síntomas	2.1	Desocupados Changarines Plantel de ferroviario Arrendatarios agropecuarios Comerciantes

	2.2	Habitantes daractenses desmotivados Plantel fabril reducido Adultos mayores
	2.3	Familias decepcionadas Habitantes daractenses desmotivados Plantel fabril reducido Trabajadores asalariados esporádicos Trabajadores agropecuarios Trabajadores del sector automotriz: camioneros, taxistas
Consecuencias	2.1	Gobierno provincial- Ministerio de la producción- Ministerio de Educación- Ministerio de medio ambiente
	2.2	Adultos- Adultos mayores- infantes
	2.3	Trabajadores asalariados esporádicos Trabajadores agropecuarios Trabajadores del sector automotriz: camioneros, taxistas Financieros
Aspectos	2.1	Instituciones públicas Familias decepcionadas Inmigrantes orientales Emigrantes
	2.2	Inmigrantes bolivianos y japoneses Adultos Empleados públicos nacionales Profesionales universitarios
	2.3	Empleados de planes sociales Gobierno provincial- Secretaría de desarrollo social Instituciones públicas Familias decepcionadas
Causas próximas	2.1	Industriales Inversionistas Jóvenes Profesionales que emigran
	2.2	Empleados de planes sociales Jóvenes Adultos mayores Empleadas domésticas
	2.3	Empleados de planes sociales Empleados públicos
Causas básicas	2.1	Militantes políticos Concejales Gobierno municipal
	2.2	Inversionistas Nuevos agricultores: arrendatarios agropecuarios
	2.3	arrendatarios agropecuarios Empleados públicos

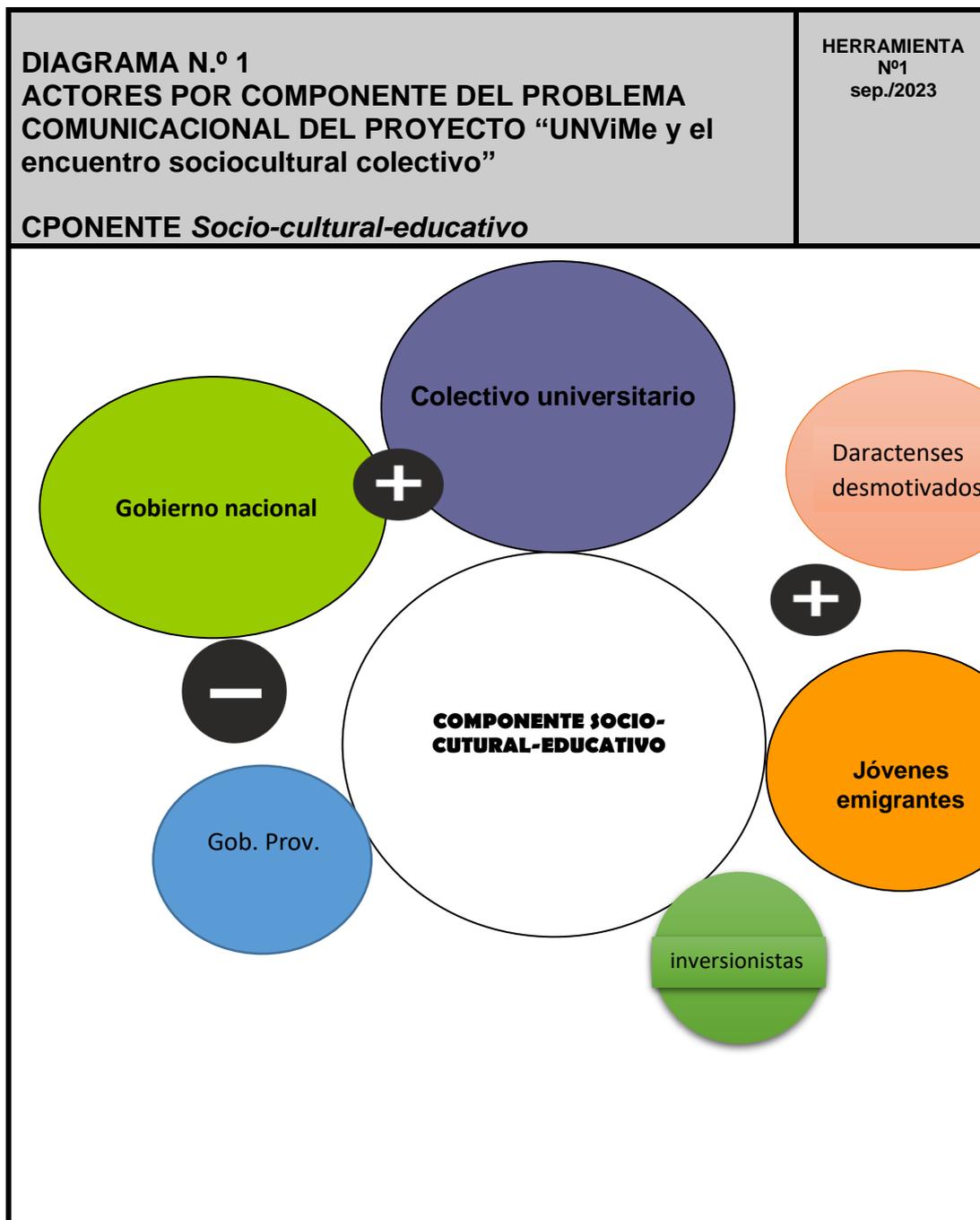
Elaboración propia en base a: Massoni, 2013.

Tabla N.º 10 MCA – Mapeo Comunicacional de Actores del Proyecto IEC “UNViMe y el encuentro sociocultural colectivo”		HERRAMIENTA Nº1
RECONOCIMIENTO DE ACTORES POR COMPONENTE DE LA VTC		Fecha 4/9/2023
COMPONENTE 3: Político		
Actores actualmente vinculados		
Síntomas	3.1	Nuevos empleadores: emigrantes orientales Arrendatarios agropecuarios esporádicos
	3.2	Gobierno provincial Municipalidad de Justo Daract Concejo Deliberante Fuerzas vivas: Comerciantes e Industriales - Asociación Agrícola ganadera - Gremio La Fraternidad - Unión Ferroviaria - Comisaría 18º - Entidad bancaria: Banco Nación Argentina
	3.3	Concejo Deliberante Fuerzas vivas: Comerciantes e Industriales - Asociación Agrícola ganadera - Gremio La Fraternidad - Unión Ferroviaria - Comisaría 18º - Entidad bancaria: Banco Nación Argentina Politiqueros- Partidos políticos: Justicialistas, radicales, Avanzar, Libertarios Fuerzas vivas: Comerciantes e Industriales - Asociación Agrícola ganadera - Gremio La Fraternidad - Unión Ferroviaria - Comisaría 18º - Entidad bancaria: Banco Nación Argentina
Consecuencias	3.1	Politiqueros- Partidos políticos Gobierno provincial Gobierno municipal Fuerzas vivas: Comerciantes e Industriales - Asociación Agrícola ganadera - Gremio La Fraternidad - Unión Ferroviaria - Comisaría 18º - Entidad bancaria: Banco Nación Argentina Entidades religiosas: católicos- evangélicos- adventistas- Testigos de Jehová- mormones
	3.2	Autoridades educativas nacionales Autoridades de la UNViMe-docentes-estudiantes-graduados-nodocentes Instituciones educativas daractense Instituciones de Justo Daract Escuelas de Nivel Inicial: Jardín Crecer Jugando” - Escuela de Nivel primario centenarias: N° 272 “Capital Federal” - 37 “Juan B. Alberdi” - N° 82 “Gral. Las

		Heras” - N° 429 “Gregorio Agüero” - Escuelas de Nivel Secundario: N° 16 “Jesús Obrero” - N° 21 “María Auxiliadora” - Centro Educativo N° 11 “Insp. Sócrates Cortines” - ADAD (Asociación de día de apoyo al joven con discapacidad) – UNViMe sede Justo Daract - Biblioteca Popular “Domingo F. Sarmiento
	3.3	Concejo Deliberante Fuerzas vivas: Comerciantes e Industriales - Asociación Agrícola ganadera - Gremio La Fraternidad - Unión Ferroviaria - Comisaría 18° - Entidad bancaria: Banco Nación Argentina Politiqueros- Partidos políticos: Justicialistas, radicales, Avanzar, Libertarios Entidades religiosas: católicos- evangélicos- adventistas- Testigos de Jehová- mormones
Aspectos	3.1	Asalariados esporádicos Familias desesperanzadas Jóvenes emigrantes
	3.2	Familias desesperanzadas Jóvenes emigrantes Adultos mayores
	3.3	Fuerzas vivas: Comerciantes e Industriales - Asociación Agrícola ganadera - Gremio La Fraternidad - Unión Ferroviaria - Comisaría 18° - Entidad bancaria: Banco Nación Argentina Politiqueros- Partidos políticos: Justicialistas, radicales, Avanzar, Libertarios Fuerzas vivas: Comerciantes e Industriales - Asociación Agrícola ganadera - Gremio La Fraternidad - Unión Ferroviaria - Comisaría 18° - Entidad bancaria: Banco Nación Argentina Entidades religiosas: católicos- evangélicos- adventistas- Testigos de Jehová- mormones
Causas próximas	3.1	Inversionistas Arrendatarios agropecuarios
	3.2	Familias daractenses Inmigrantes orientales desocupados
	3.3	Trabajadores independientes Pequeños comerciantes Changarines
Causas básicas	3.1	Familias decepcionadas
	3.2	Empleados de planes sociales trabajadores independientes
	3.3	Empleados de obras públicas municipal- albañiles- plomeros- gasistas, electricistas

Elaboración propia en base a: Massoni, 2013

Mapeo comunicacional de ACTORES: “Jerarquización de actores”
(MCA B)

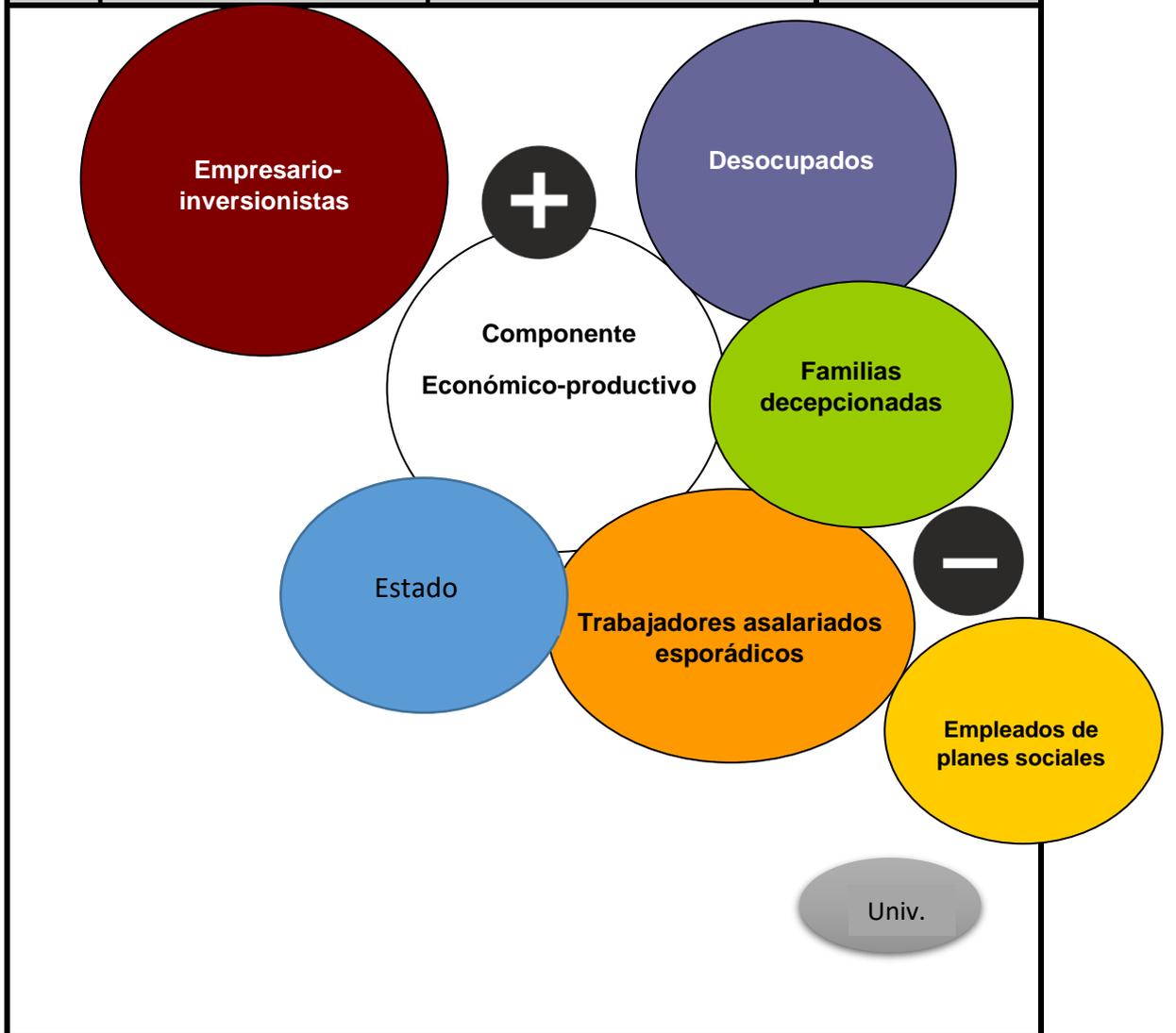


Elaboración propia en base a: Massoni, 2013

DIAGRAMA N.º 2
ACTORES POR COMPONENTE DEL PROBLEMA
COMUNICACIONAL DEL PROYECTO: “UNViMe y el
encuentro sociocultural colectivo”

HERRAMIENTA N°1
sep./2023

Componente: Económicos-productivos

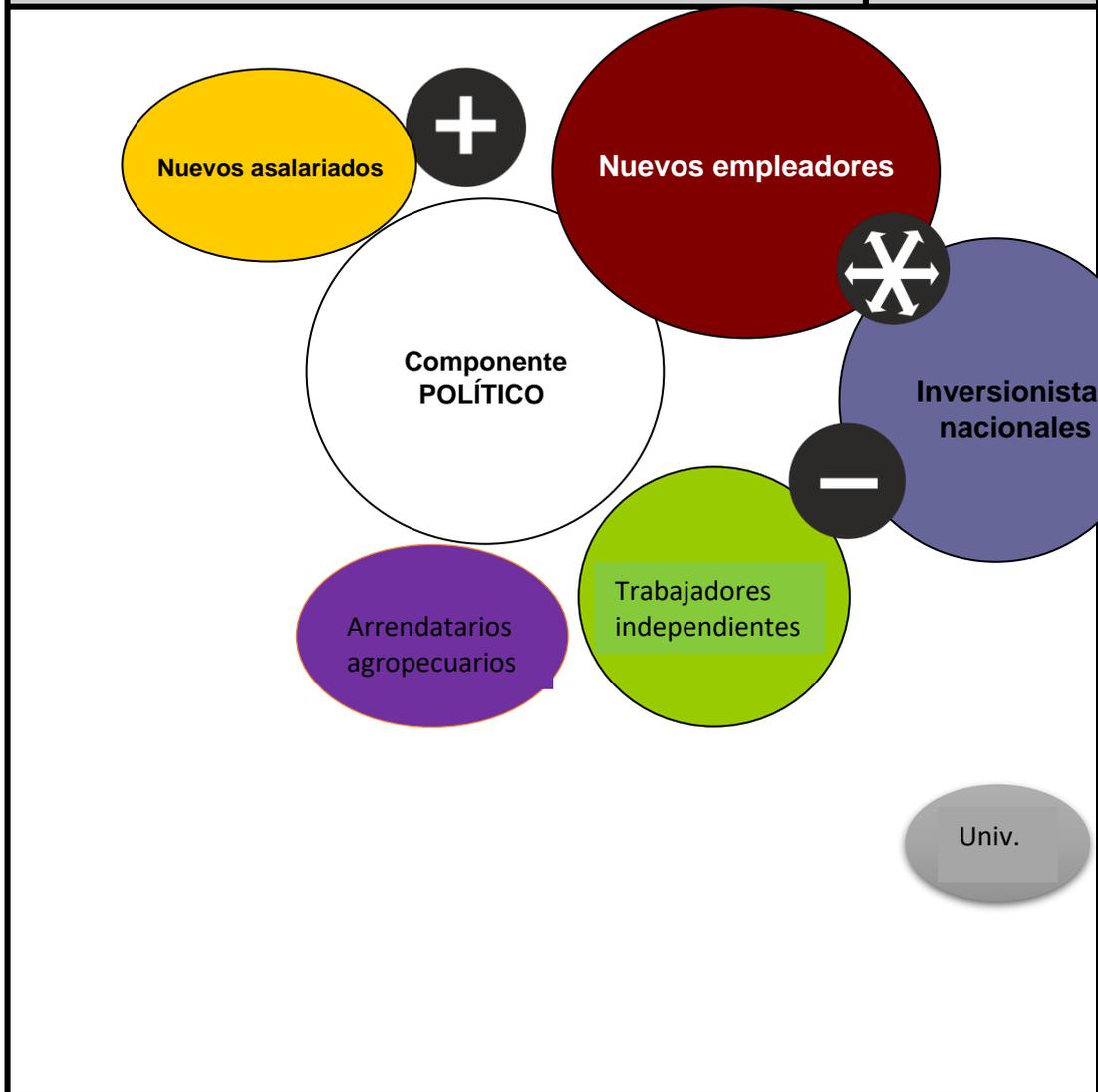


Elaboración propia en base a: Massoni, 2013

DIAGRAMA N.º 3
ACTORES POR COMPONENTE DEL PROBLEMA
COMUNICACIONAL DEL PROYECTO: “UNViMe y el
encuentro sociocultural colectivo”

HERRAMIENTA N°
 1
 sep./2023

COMPONENTE Político



Elaboración propia en base a: Massoni, 2013.

Referencia iconográfica:

-Cooperan entre sí habitual e intensamente.

-Cooperan entre sí sólo en acciones puntuales.

-Relación jerárquica.

-Relación heterárquica.

**10.4 MATRICES SOCIOCULTURALES Operación cognitiva:
“Reconocimiento de los autodispositivos colectivos”**

TABLA 11 RECONOCIMIENTO DE MATRICES SOCIOCULTURALES PROYECTO: “UNViMe y el encuentro sociocultural colectivo”		HERRAMIENTA Nº1 sep./2023
<i>Los que gobiernan</i>		
<i>Los que educan</i>		
<i>Los que emigran</i>		
<i>Los que invierten</i>		
<i>Los que trabajan</i>		

TABLA 12 CARACTERIZACIÓN DE MATRICES SOCIOCULTURALES PROYECTO: “UNViMe y el encuentro sociocultural colectivo”		HERRAMIENTA Nº 1 Sep./2023
Matriz socio-cultural-educativa: LOS QUE GOBIERNAN		
Actores	Gobierno Nacional Gobierno Provincial Gobierno municipal Autoridades educativas Empresarios agro-industriales Equipo de gestión de la UNViMe	
Expectativas	El clivaje del modelo económico de la posmodernidad, como consecuencia evidencia el surgimiento de reglas de juego en la economía mundial en las cuales, las decisiones, dependen ya no tanto de la voluntad de los gobernantes sino de las decisiones de organismos internacionales. Por lo tanto: - Los Estados, tanto Nacional como Provincial tratan de buscar alternativas de salidas para mejorar la calidad de vida de los	

	<p>habitantes. Entre ellos ampliación de ciudadanos que reciben planes sociales</p> <p>-Cambiar la percepción de que 'afuera', en otro lado, se puede llegar a estar mejor.</p>
Necesidades	<p>La sociedad y el sistema que la sustenta no les pueden dar respuesta a las necesidades de los jóvenes, ya sean éstas laborales, económicas o políticas. Por lo que, la salida más rápida ha sido extender la obligatoriedad de la enseñanza desde los cuatro años hasta la finalización del secundario, como una forma de moratoria social a fin de reducir el índice de desempleo.</p> <p>Mayor inversión de empresas privadas.</p> <p>Fomentar una economía local de micro emprendedores productivos como así también, culturales.</p> <p>Acompañar el fortalecimiento de la pequeña y mediana empresa ya sea industrial como agropecuaria.</p>
Intereses	<p>La planificación y concreción de un proyecto económico basado fundamentalmente en una economía pública que sirva para legitimar y brindar consenso respecto de las acciones de gobierno.</p> <p>Mejorar el empleo y las condiciones de vida del sector de la población, e ir progresivamente, abarcando las necesidades e intereses de la misma.</p> <p>Respuesta a los daractenses por apoyar a la gesta de la creación de una universidad pública</p>
Saberes	<p>La rutina de los daractenses es tal que está naturalizado que el futuro está fuera de su localidad</p> <p>Por lo tanto, es necesario: crear un pacto entre los diferentes actores económicos y sociales.</p> <p>Promover reformas sociales a partir de los aportes de la educación Técnica tanto secundaria y/o superior con el fin de favorecer la producción de bienes y servicios con mano de obra calificada. Puesto que la educación se convierte en una muy buena herramienta no sólo para estudiar, sino también para transformar la sociedad.</p>
Emociones	<p>.</p> <p>ID 1 Desolación</p> <p>ID 2 Desilusión</p> <p>ID 3 Apatía</p> <p>ID 4 Desesperanza.</p>

TABLA 13 CARACTERIZACIÓN DE MATRICES SOCIOCULTURALES PROYECTO: “UNViMe y el encuentro sociocultural colectivo”		HERRAMIENTA Nº 1 Sep./2023
Matriz socio-cultural-educativa: LOS QUE EDUCAN		
Actores	Ministerio de Educación Nacional Ministerio de Educación Jurisdiccional Instituciones Educativas - Educadores Estudiantes universitarios y del nivel medio Familias Contexto	
Expectativas	Ampliación de la oferta educativa de la UNViMe en la localidad. Transformar a Justo Daract en una ciudad universitaria.	
Necesidades	La sociedad y el sistema que la sustenta no les pueden dar respuesta a las necesidades de los jóvenes, ya sean éstas laborales, económicas o políticas. Por lo que, la salida más rápida ha sido extender la obligatoriedad de la enseñanza desde los cuatro años hasta la finalización del secundario, como una forma de moratoria social a fin de reducir el índice de desempleo. Lograr una verdadera articulación entre la UNViMe, sede Justo Daract y las instituciones educativas de la localidad. Promover la importancia y alcance de un título universitario. Planificación estratégica de infraestructura propia en terreno propio	
Intereses	Ascenso social de la primera generación de estudiantes que egresan de la universidad. Mayor consciencia de la importancia de la educación superior universitaria Valoración social de contar con una universidad pública en la localidad	

<p>Saberes</p>	<p>Naturalizado que el futuro está fuera de su localidad.</p> <p>Nuevo pacto educativo-social donde los actores educativos y sociales vean en la educación la verdadera transformación individual de impacto colectivo.</p> <p>Promover la educación Técnica tanto secundaria y/o superior con el fin de favorecer la producción de bienes y servicios con mano de obra calificada.</p> <p>Valoración del asentamiento en la localidad de una facultad de la universidad pública</p>
<p>Emociones</p>	<p>.</p> <p>ID 1 Desolación</p> <p>ID 2 Apatía</p> <p>ID 3 Desencanto</p> <p>ID 4 Desesperanza.</p>

Elaboración propia en base a: Massoni, 2013.

TABLA 14 CARACTERIZACIÓN DE MATRICES SOCIOCULTURALES PROYECTO: “UNViMe y el encuentro sociocultural colectivo”		HERRAMIENTA N.º 1 Sep./2023
Matriz socio-cultural-educativa: LOS QUE EMIGRAN		
Actores	Ex trabajadores ferroviarios- ex trabajadores industriales -Jóvenes	
Expectativas	Buscar conseguir estabilidad laboral y un mejor bienestar económico a nivel personal y familiar.	
Necesidades	Trabajo. Remuneración mensual y/o periódica Cubrir las necesidades básicas a través del trabajo digno. Achicamiento de la brecha de las desigualdades sociales. Echar raíces en otros contextos que brinde proyecciones de horizontes.	
Intereses	Reconocimiento social Estabilidad laboral. Concreción de proyectos personales	
Saberes	Conciencia de un pueblo anclado en el pasado glorioso de su historia. Circunstancias socio-políticas, económicas, educativas y culturales de incertidumbres.	
Emociones	ID 1 Proyección ID 2 Resiliencia ID 3 Experiencias de vida	

Elaboración propia en base a: Massoni, 2013.

TABLA 15 CARACTERIZACIÓN DE MATRICES SOCIOCULTURALES PROYECTO: “UNViMe y el encuentro sociocultural colectivo”		HERRAMIENTA N° 1 sep./2023
Matriz socio-cultural-educativa: LOS QUE INVIERTEN		
Actores	Los Inversores- Empresarios locales y no locales.	
Expectativas	Lograr afianzar capitales, productividad; concentración de riqueza	
Necesidades	Búsqueda de oportunidades productivas y capitales. Ampliar las fronteras de producción. Disminuir el déficit financiero. Inversión en infraestructura.	
Intereses	Expansión de capital Mano de obra calificada a menor costo Producción Conocimiento científico-tecnológico	
Saberes	A mayor necesidades sociales más posibilidades de inversiones. Rentabilidad a menor costo	
Emociones	. ID 1 Entusiasmo ID 2 Competitividad ID Perseverancia	

Elaboración propia en base a: Massoni, 2013.

TABLA 16 CARACTERIZACIÓN DE MATRICES SOCIOCULTURALES PROYECTO: “UNViMe y el encuentro sociocultural colectivo”		HERRAMIENTA N.º 1 sep./2023
Matriz socio-cultural-educativa: LOS QUE TRABAJAN		
Actores	Nuevos asalariados- Trabajadores independientes- Plantel ferroviario- Empleados públicos- Empleados de Planes Sociales- Inmigrantes bolivianos y japoneses- Trabajadores del sector automotriz: camioneros-Trabajadores asalariados esporádicos- Trabajadores agropecuarios	
Expectativas	Durabilidad de los acuerdos contractuales. Buen desempeño para perdurar en la labor asignada. Mejorar ingresos monetarios.	
Necesidades	Trabajo, estabilidad, contratación	
Intereses	Invertir en capital cultural para poseer mejor y más estables propuestas laborales. Productividad	
Saberes	Algunos trabajadores eligen empleos temporales porque quieren conciliar el trabajo con los estudios o con otras responsabilidades que les impiden comprometerse a trabajar por una duración indeterminada	
Emociones	. ID 1 Compromiso ID 2 Entusiasmo ID 3 Esperanzas	

Elaboración propia en base a: Massoni, 2013.

Se analizaron todos los actores involucrados en cada uno de los componentes del problema, para luego proceder a jerarquizarlos completando analíticamente el **Mapeo comunicacional de ACTORES: “Jerarquización de actores” (MCA B)**. Luego su **Caracterización De Matrices Socioculturales proyecto: “UNViMe y el encuentro sociocultural colectivo”**. Se va evidenciando el nudo crítico de la presente propuesta, lo que permitió hacer foco en el componente sociocultural-educativo.

Del colectivo social analizados (los que gobiernan, los que educan, los que emigran y los que trabajan) se resalta la necesidad de intentar mejorar su calidad de vida, para ello será necesario articular acciones con inversionistas privados y promocionar acciones de estímulo al fortalecimiento de la economía local (pequeños productores, artesanos, agentes culturales, entre otros). Esto trae aparejado la necesidad de pensarse como localidad, más capacitada, competente que deje de ser un lugar de paso y sea elegida como lugar para echar raíces.

En el presente el regreso del tren pasajero la esperanza vuelve a florecer y nuevamente la necesidad de pensarse Daract como lugar de encuentro, de reencuentro generacional, de proyectarse con el transporte, las inversiones de infraestructura necesaria, el nuevo pacto educativo y la presencia significativa de la universidad, en la ciudad universitaria.

De allí la necesidad de alcanzar un nuevo pacto social educativo donde la educación en todos los niveles se convierta en el motivo y motor del cambio social anhelado.

10. 5: Árbol de soluciones

TABLA N° 17				
HERRAMIENTA N° 1 octubre / 2023				
ÁRBOL DE SOLUCIONES DE LA ESTRATEGIA COMUNICACIONAL PROYECTO: “UNViMe y el encuentro sociocultural colectivo”				
Componente del problema: SOCIO-CULTURA-EDUCATIVO				
Aspectos	Actores/ Matrices	Intereses/Necesidades	Proceso comunicacional	Acciones a desarrollar
1.1 Limitado compromiso social	Los que gobiernan	<p>-Fomento de una economía local de micro emprendedores productivos como así también, culturales.</p> <p>- Planificación de un proyecto económico basado fundamentalmente en una economía pública y de consenso.</p> <p>Emoción: Desolación</p>	Sensibilidad/ encuentro sociocultural	<p>Conformar equipos multidisciplinares que organicen foros y debates dirigido a actores específicos como Equipos de gestión educ. referentes de las fuerzas vivas daractenses, empresarios, graduados universitarios</p> <p>Difusión de propuestas de formación y capacitación. Los que serán diseñados para promover</p>

				la reflexión y la acción .
1.2 Falta de generación de una comunidad de aprendizaje colaborativa	Los que educan	<p>-Concreción de articulación entre la UNViMe, sede Justo Daract y las instituciones educativas del nivel superior de la localidad.</p> <p>-Información y difusión sobre la importancia y alcance de un título universitario. Planificación estratégica de infraestructura propia en terreno propio.</p> <p>Emociones: Desolación, apatía, desencanto</p>	<p>Encuentro sociocultural</p> <p>Información sensibilización</p>	<p>Generación de proyectos de investigación que tenga impacto social para poder ayudar a identificar problemas sociales. El equipo de investigación se conformará con actores universitarios e involucrar a actores de la sociedad daractense.</p>
1.3: Resistencia al cambio	Los que emigran	<p>Achicamiento de la brecha de las desigualdades sociales.</p> <p>Echar raíces en otros contextos que brinde mejores horizontes.</p> <p>Estabilidad laboral.</p> <p>Concreción de proyectos personales</p> <p>Emociones: Proyección-Resiliencia</p>	Sensibilidad	<p>Generar espacios de participación de debates y discusión con autoridades locales, provinciales a fin de planificar e implementar acciones</p>

				de fortalecimiento de políticas públicas que respondan a las necesidades laborales.
1.4: Necesidad del espacio propio (“la casa propia”)	-Los que invierten	<p>Ampliación de las fronteras de producción.</p> <p>Necesidad de mano de obra calificada a menor costo</p> <p>Incremento de la producción</p> <p>Conocimiento científico-tecnológico</p> <p>Emociones: entusiasmo, competitividad, perseverancia</p>	<p>Encuentro sociocultural</p> <p>Participación</p>	<p>Planificación e implementación e de cursos y talleres de capacitación sobre temas de infraestructura. Estos ayudarán a los actores sociales a desarrollar las habilidades y conocimientos necesarios para participar en la planificación y construcción de infraestructura. Los cursos y talleres deben estar diseñados para promover la reflexión y la acción, y proporciona</p>

				rán a los participante s las herramienta s necesarias para contribuir a la mejora de la infraestruct ura local.
	-Los que trabajan	Necesidad de invertir en capital cultural para poseer mejor y más estables propuestas laborales, estabilidad y contratación Emociones: compromiso- entusiasmo- esperanzas.		Convocar a las institucione s educativas y sociales del medio a un evento de participació n para proyectar la sede.

Elaboración propia en base a: Massoni, 2013.

Tabla N° 18 AS – Árbol de Soluciones del Proyecto IEC “UNViMe y el encuentro sociocultural colectivo”				HERRAMIENTA N° 1 Fecha Oct. 2023
Componente 2 de la VTC: económicos-productivos				
Aspectos	Matriz Sociocultural I/ Actor	Interés/Necesidad/ Emoción	Proceso/ Dimensión comunicacional	Acciones comunicacionales a desarrollar
2.1 Ausencia de proyectos de inversiones públicas y/o privadas en la localidad.	Los que invierten	Búsqueda de alternativas de salidas para mejorar la calidad de vida de los habitantes	Sensibilidad Participación	Generación de asesoramiento de inversión
2.2: Éxodo poblacional en busca de nuevos horizontes	Los que emigran	Resiliencia	Encuentro socio-cultural	Desarrollar eventos, jornadas para tratar la temática y planificar acciones alternativas.
2.3 Alto índice de desempleo a raíz de la privatización del ferrocarril	Los que trabajan	Conocimiento científico-tecnológico Emoción: Perseverancia	Participación	Campañas de información a potenciales emprendedores

Elaboración propia en base a: Massoni, 2013

Tabla N° 19 AS – Árbol de Soluciones del Proyecto IEC: IEC “UNViMe y el encuentro sociocultural colectivo”				HERRAMIENTA N°1 Fecha Oct..2023
Componente 3 de la VTC: Político				
Aspectos	Matriz Sociocultural/ Actor	Interés/Necesidad/Emoción	Proceso/ Dimensión comunicacional	Acciones comunicacionales a desarrollar
3.1 Ausencia del Estado provincial en Políticas Públicas para la localidad: Salud, trabajo, viviendas	Los que gobiernan	Fomentar una economía local de micro emprendedores productivos como así también, culturales Desolación	Sensibilidad Participación	Campañas de promoción de producción de pequeños productores locales
3.2 Alto índice de desempleo por privatización de los ferrocarriles argentinos	Los que invierten	Necesidad de mano de obra calificada a menor costo Competitividad	Información Participación	Generación de espacios de formación para el trabajo
3.3 Ausencia de agrupamientos sociales no gubernamentales que fomenten actividades solidarias	Los que educan	Articulación entre la UNViMe, sede Justo Daract y las instituciones educativas y sociales de la localidad	Encuentro socio-cultural Participación	Generación de encuentros sectoriales

Elaboración propia en base a: Massoni, 2013.

11- Conclusiones y comentarios finales

Desde el inicio de este proyecto el propósito no era únicamente comprender qué aporta y qué puede aportar la comunicación a la universidad como agente transformador social, sino que también me propuse implicarme y crear un espacio donde pudiera reflexionar con los actores sociales del entramado cultural de Justo Daract. Al decir de Varela (1974 y 1990, citado por Massoni. 2016, p. 57) *el conocimiento es acción y no representación del mundo. Eso mismo es lo que hace emerger “mundos” con la investigación, en un espiral sin límites precisables mientras el sistema permanezca “vivo” o “activo”*.

El despliegue de la IEC en 19 tablas y tres diagramas, me ha permitido reconocer los siguientes componentes del problema comunicacional, a saber: sociocultural- educativo, económicos-productivos y político. Los que fueron desplegándose en el desarrollo de dicha investigación. Además, de las 7 (siete) operaciones cognitivas de la IEC, se desarrollaron en la presente propuesta 5 (cinco): “Diálogos de saberes”, “Determinación del tipo de encuentro dominante”, “Identificación de los agentes”, Reconocimiento de los autodispositivos colectivos” y “Diseño y co-diseño de espacios y productos comunicacionales”.

En torno al Diálogo de Saberes, en el territorio bajo estudio, me permitieron descubrir que el principal interés de los que gobiernan es la aplicación del proyecto político-económico neoliberal produciendo una descomposición social progresiva, que conduce a amplios sectores de la sociedad a situaciones límites con las cuales conviven, sin encontrar salidas para mejorar la calidad de su vida. Paralelamente, en el ámbito institucional los diferentes rectores que han gestionado la UNViMe y su equipo de gestión no proyectaron inversiones sustentables ni proyecciones de infraestructura propia para dicha universidad en la localidad de Justo Daract. Sus expectativas solamente se centraron en la oferta académica (unas pocas carreras) como para cumplir con la localidad que apoyo el proyecto inicial villamercedino de contar con una universidad pública. Por lo expuesto, el tipo de encuentro dominante ha sido el vertical, de arriba hacia abajo con un dominio piramidal en la toma de decisiones institucional.

El análisis de Marcas de Racionalidad Comunicacional, ha permitido determinar que la dimensión informativa ha sido la dominante en las acciones realizadas por la UNViMe, seguida por la dimensión interaccional. Este análisis permitirá el diseño de futuras acciones de comunicación con una racionalidad más conducente con la transformación buscada.

El mapeo comunicacional de actores permitió descubrir nuevos actores como los camioneros y la incidencia del sector agropecuario que siempre estuvo presente en la historia daractense, que nunca intentó emigrar pero que se mantuvo en los bordes, tal es así que se convirtieron en agropecuarios arrendatarios. Para la comunidad esto no implicó movimiento económico alguno, pero sí nuevos aportes socio-culturales. Ejemplo de ello, la sede de la UNViMe se ubicada en el acceso de ingreso a la mencionada localidad, en un terreno arrendado a la Asociación Agrícola Ganadera de Justo Daract.

La educación sigue teniendo un papel fundamental en esta realidad, la educación en la expresión de todos los niveles educativos, resaltando los aportes de la Universidad Nacional de Villa Mercedes en Justo Daract, que aún no es visible para todos, muchas voces de descontento se percibieron en los daractenses, nostalgia del pasado glorioso, pero con un presente donde aún no se percibe el cambio y la oportunidad incipientes.

Quizás ya es tiempo que las autoridades de la UNViMe comiencen a visibilizar la proyección de esta universidad, ubicada estratégicamente: en la frontera entre el CPRES (Consejo Regional de la Planificación Superior) Cuyo y Centro, impacto que trasciende los espacios geográficos y deba, como un faro, mirar hacia dónde ilumina su luz de conocimiento y transformación. La aplicación de técnicas IEC en los componentes considerados: sociocultural-educativo, económico-productivo, el político y los aspectos del problema, fueron indicios claves para comenzar a convocar a los actores sociales, variados, evidenciados en el MCA, como así también sus intereses y emociones, en la caracterización de MS a fin de planificar juntos iniciativas de transformación social, puesto que Justo Daract cuenta con muchas herramientas para lograrlo: ubicación estratégica, comunicación terrestre:

Ruta Panamericana, provinciales, comunicación férrea: líneas ferroviarias a Puerto Buenos Aires, Puerto Rosario y al Pacífico.

La operación cognitiva de Diseño y co-diseño de espacios y productos comunicacionales que se despliega a partir del Árbol de soluciones de la estrategia comunicacional del proyecto: “UNViMe y el encuentro sociocultural colectivo” evidencia acciones de comunicación diseñadas para ser inclusivas y participativas; abiertas a los actores sociales involucrados directamente con la problemática, motivo y motor del presente trabajo de investigación: “la sede la UNViMe en Justo Daract y su visibilización como dispositivo de transformación social”. Investigación que no solo observa, describe, analiza y sintetiza, sino que va más allá, impulsa al encuentro sociocultural, ese encuentro con otros actores sociales en un proceso, al decir de Massoni (2016, p.96) “de interactividad creciente”, autora que comparte con Morin que, si existe el uno, existe el múltiplo, de allí ese proceso dialógico, complejo, tal cual lo es la vida misma.

Es por ello que, queda la puerta abierta para el despliegue de un Plan operativo que se llevará a cabo con los actores del territorio para articular sinergias y nuevas articulaciones dinámicas abiertas a la complejidad, con el fin de buscar nuevos diálogos de saberes abordando a la comunicación como eje vertebrador de la innovación, para generar cambios comunicacionales.

. Tal como lo dice Benedetti (citado por Uranga, 2016, p.29), “*llega un momento en que cualquier realidad se acaba. Y entonces no hay más remedio que volver a inventarla...*” “volver a concebirla.

13- Bibliografía

- Arraya Umaña, S. (2002) *Las Representaciones Sociales: Ejes teóricos para su discusión*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Sede Académica: Costa Rica.
- Baquero, R. y otros (2007): *Las formas de lo escolar*, Buenos Aires; Serie Educación, Del Estante Editorial.
- Boaventura de Sousa (2001) "Los nuevos movimientos sociales", OSAL (Observatorio Social de América Latina) CLACSO, No 5, Buenos Aires.
- Capriotti, P (2009). *Fundamentos para la Gestión Estratégica de la Identidad Corporativa*. Impresión: Andrés Impresores- Santiago, Chile.
- Capriotti, P. (1999) *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa*, Editorial Ariel S.A: Barcelona.
- Chiavenato, I. (2006) *Introducción a la teoría general de la administración*. Séptima edición. Impreso en México. Ed. McGraw-Hill Interamericana
- Corti Ana (2008): M Documento 1 Análisis Institucional. (Doc. Interno de la cátedra UNSL). Cultura; pág. 26
- Fasano P. Y Roquel I. (2016). *Actas de Periodismo y Comunicación. "Comunicación comunitaria: un proyecto en busca de definiciones"*. (págs. Vol. 2, N.º1.). La Plata. Bs.As. Argentina: Ciudad.
<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/article/view/3648>.
- García Canclini, N. y RONCAGLIOLO, R. (1988). *Cultura Transnacional y Culturas Populares*. Lima, Perú: Ed. IPAL
- Godoy Rojo Polo (1945): *De tierras puntanas*, disponible en Biblioteca digital de San
- Kaplún, G (2007). "La comunicación comunitaria", en AAW: Medios de Comunicación. El escenario iberoamericano. España, Ariel. Colección Fundación Telefónica, 2007: 311-320

- Kaplún, Gabriel (2010) "La participación ya no es lo que será. Discursos y prácticas de participación y comunicación entre el siglo XX y el XXI". En Capdevilla, Gustavo y
- Kaplún, Gabriel (2012) Lo emergente y lo resistente en la comunicación organizacional. En Revista Diálogos de la comunicación N° 83. Lima.
- Kaplún, Mario (1985). "El Comunicador Popular". Quito: CIESPAL
- Luhmann, N (1996) *Introducción a las teorías del sistema "Lecciones publicadas por Javier Torres Nafarrate"*. Universidad Iberoamericana. Colección teoría – social.
- Massoni S.: Uranga W. ; Longo V. (2018): *Políticas públicas y comunicación: una cuestión estratégica* . 1a Ed. San Luis: Nueva Editorial Universitaria - U.N.S.L. Libro digital, PDF
- Massoni, S. (2018) "Aportes de la comunicación estratégica a las políticas públicas en sociedades políticamente democráticas, pero socialmente fascistas" en Massoni, S, Uranga, W. y Longo, V. (comp.) *Políticas públicas y comunicación: una cuestión estratégica*. San Luis: Nueva Editorial Universitaria. Disponible en: www.sandramassoni.ar (agregando claro algún elemento de interés en el texto del TFI).
- Massoni Sandra (2014): *Metodologías de la comunicación estratégica: del inventario al encuentro sociocultural*. Año 3, N° 6 . Disponible en: www.revistacomunicacion.com
- Massoni Sandra (2016): *Avatares del comunicador complejo y fluido. Del perfil del comunicador social y otros devenires*; Quito, Ecuador, CIESPAL.
- Massoni Sandra (2011): *Apuntes de cátedra "Comunicación estratégica: matrices de datos en la investigación enactiva"*
- Massoni, S. (2003). "Estrategias de Comunicación Social". Tesis doctoral. Universidad de Buenos Aires. Facultad de Filosofía y Letras.
- Massoni, S. (2007). *Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido*. Rosario: Homo Sapiens Ediciones. Disponible en: www.sandramassoni.ar

-Massoni, S. (2011). *Comunicación estratégica: comunicación para la innovación*. Rosario: Homo Sapiens Ediciones. Disponible en: www.sandramassoni.ar

-Massoni, S. (2013b). *Metodologías de la comunicación estratégica. Del inventario al encuentro sociocultural*. Rosario: Homo Sapiens Ediciones.

-Massoni, S. (2014). *Investigación enactiva en comunicación: la participación ciudadana más allá del control en proyectos de comunicación estratégica ambiental*. Encuentro Internacional Académico Científico en Experiencias y Metodologías Participativas. Universidad de Cuenca, Ecuador. Disponible en: www.sandramassoni.ar

-Massoni, S. (2016). "Investigación enactiva en comunicación: La participación ciudadana más allá del control". En Astudillo Banegas, J. y Villasante, T. R. (comp.) *Participación social con metodologías alternativas desde el sur. Red en Metodologías Participativas para la Participación Social*. Quito: Abya-Yala. Disponible en: www.sandramassoni.ar

-Massoni, S. (2022). "En busca del movimiento perdido en la investigación comunicacional: Matrices Socioculturales en una Investigación Enactiva en Comunicación (IEC)". En Jairo Ferreira, Ana Paula Da Rosa, Pedro Gilberto Gomes, Antônio Fausto Neto, José Luiz Braga (Orgs.) *Sapiens mediatizado. Conhecimentos comunicacionais na constituição da espécie*. Santa María, RS:FACOS-UFSM. Disponible en: www.sandramassoni.ar

-Massoni, S. y Bussi, M. (2022). Guía IEC. *Comunicación Estratégica Enactiva: la ciencia de la articulación*. Rosario: Enactiva Comunicación Ediciones. 2ª Ed. ampliada. Disponible en: www.sandramassoni.ar

-Massoni, S. y Bussi, M. (Comp.) (2020). *Comunicación estratégica enactiva: a las orillas de otra ciencia y otra profesión*. Rosario: UNR Editora. Disponible en: www.sandramassoni.ar

-Massoni, Sandra (2005): Conferencia Estrategias como mapas para navegar un mundo fluido. México. II Foro Iberoamericano sobre estrategias de comunicación.

-Massoni, Sandra (2013). *Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido*. Santa Fe; Homo Sapiens.

-Massoni, Sandra. (2016). *Avatares del comunicador complejo y fluido. Del perfil del comunicador social y otros devenires*. Quito: Ediciones Ciespal.

-Maturana H., Varela F. (2017). *Al pie del árbol*. Apuntes de clase de Maestría en Comunicación Institucional, 2º Cohorte Universidad Nacional de San Luis.

-Maturana, H. (2001): *Emociones y lenguaje en educación política*. Santiago de Chile. Ediciones Dolmen, Décima Edición

-Mercón, J., Núñez, Ma. C. (2014). *Siete desafíos de la autogestión en la construcción de procesos de aprendizaje social y resiliencia comunitaria*. Encuentro Internacional Académico Científico en Experiencias y Metodologías Participativas. Universidad de Cuenca, Ecuador.

-Morin Edgar (1999): *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*. Francia, Organización de las Naciones Unidas para la educación, la Ciencia y la Tecnología.

-Pérez, R. A (2012) "Comunicación estratégica: sí claro. Pero, ¿qué implica "estratégica"? En Revista Académica de Comunicación y Ciencias Sociales. METACOMUNICACIÓN Año 0, N°2. Disponible en <http://www.tendencias21.net/estrategar/docs/Metacomunicacion%202012.pdf>

-Pérez, R.A (2008). "Siete cambios que conducen a una Teoría Estratégica más humanizada". Comunicación, Ciudadanía y valores. Reinventando conceptos y estrategias (OCLACC) / Universidad Técnica Particular de Loja. Quito, Ecuador

-Rovere, M (2005) La planificación estratégica y la ciudad como sujeto. Editorial La gran ciudad. Buenos Aires. Disponible en <https://elagoraasociacioncivil.files.wordpress.com/2013/08/la-planificacic3b3nestratc3a9gica-y-la-cuidad-como-sujeto.pdf>

-Scheinson, D. (1997). *Más allá de la Imagen Corporativa*. Editorial Macchi. Buenos Aires, Argentina.

-SPINOR, año 13, núm. 48, mayo-junio de 2023, editora: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Puebla Pue., Ciudad Universitaria. Editor responsable: Dr. Arturo Fernández Téllez, ISSN: (en trámite)

- UNESCO (1980). *Un sólo mundo, múltiples voces*. Unesco. *Comunicación e información en nuestro tiempo*. (México) / Unesco (París), 1ª edición 1980.: Fondo de Cultura Económica. 1ª edición.

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

-Uranga, W. (2007) "Mirar desde la comunicación. Una manera de analizar las prácticas sociales". Mimeo, Buenos Aires

-Varela, F. (1996): *Conocer*. Gedisa Barcelona

-Von Sprecher (s/d): *Concepto de comunicación social*. https://www.academia.edu/16756900/Concepto_de_comunicaci%C3%B3n_social_y_explicaci%C3%B3n

Bibliografía literaria:

- AAVV (2002): Aportes a la historia daractense. Villa Mercedes: Talleres Gráficos MG
- Agüero Antonio E. (1996): "Nota preliminar" en *Obras Completas Tomo III*, Colección Letras Puntanas. Universidad Nacional de San Luis
- Boffa, M. (2021): *Lo que el viento nos dejó....* 1° ed. Villa Mercedes: El Tabaquillo
- Caiazzo, F. (2022): El viaje de la palabra. Villa Mercedes: El Tabaquillo
- Nogueira, N. (2019): La rebelión del reino animal. 1° ed. Villa Mercedes: El Tabaquillo
- Rodríguez, O. (2017): Rimas de mi vida. Villa Mercedes: El Tabaquillo
- Solari H. (2021): *Esperanza*. 1° ed. Villa Mercedes: El Tabaquillo
- Solari H. (2012): *Pensamiento* 1° ed. Villa Mercedes: El Tabaquillo
- Solari H. (2013): *Regreso*. 1° ed. Villa Mercedes: El Tabaquillo
- Solari H. (2017): *Sentidos*. 1° ed. Villa Mercedes: El Tabaquillo
- Solari H. (2019): *Nostalgia*. 1° ed. Villa Mercedes: El Tabaquillo
- Solari H. (2020): *Distancia*. 1° ed. Villa Mercedes: El Tabaquillo

Documentos institucionales

- Ciuffo G. y Velasco P. (2012): *Proyecto Educativo Institucional, Universidad Nacional de Villa Mercedes*. s/d
- AAVV: 1998): *Propuesta de creación de una facultad para Justo Daract de la Universidad Nacional de Villa Mercedes. Proyecto de factibilidad*. Justo Daract, S.L.
- AAVV (2016): *La UNViMe elige sus símbolos*. s/d
- Resolución Rectoral 991/19 UNViMe
- UNViMe (2018): *Reglamento COES*. Villa Mercedes Secretaría de extensión área de diseño

ANEXO 1

TABLA MATRIZ DE DATOS DE LA INVESTIGACIÓN ENACTIVA EN COMUNICACIÓN			Fecha: 2023
PROYECTO IEC: <i>“UNViMe y el encuentro sociocultural colectivo”</i>			
TÉCNICA O INSTRUMENTO	APORTE A LA INVESTIGACIÓN	SE APLICA A	RESULTADOS ESPERADOS
Entrevista	Conocimiento de necesidades, intereses, emociones de Actores de sociales del ámbito educativo	Directores de escuelas de Justo Daract de diferentes niveles educativos	Definición del problema de comunicación
Análisis de documentos	Reconocimiento del problema de comunicación de la organización UNViMe, sede Justo Daract	Proyecto Educativo Institucional (PEI) Resoluciones rectorales: Ej. 991/2019 Actas de reuniones con actores sociales daractenses y de otras localidades Publicaciones literarias (libros) Publicaciones digitales (Facebook de la sede de la UNViMe)	Descripción del problema, sus dimensiones, aspectos, MS
VTC	Reconocimiento multidimensional del problema	Actores sociales	Activación de la operación cognitiva 1: Diálogo de saberes
Reconocimiento de Matrices Socioculturales (MS)	Reconocimiento de relaciones, expectativas, emociones de los actores involucrados	Matrices socioculturales	Diseño de acciones comunicacionales
Plan Operativo (OP)	Integración de resultados y planificación	Matrices socioculturales	Diseño de acciones, productos y espacios para la transformación social

ANEXO 2

TEST FOTO PROBLEMA

TABLA N° VTC PROYECTO: “UNViMe y el encuentro sociocultural colectivo”			Septiembre 2023
N° DE FO TO	FOTOGRAFÍA	COMPONENT E/ASPECTO DEL PROBLEMA	CONCEPTU ALIZACIÓN SEGÚN VTC
1		C1	Necesidad de autonomía administrativa

<p>2</p>		<p>C1 A5</p>	<p>Necesidad del espacio propio</p>
<p>3</p>		<p>C1 A5</p>	<p>Necesidad del espacio propio</p>

4		C1 A5	Necesidad del espacio propio
5		C1 A5	Necesidad del espacio propio

6		C1 A5	Necesidad del espacio propio
---	---	-------	------------------------------

Las 6 fotos presentadas revelan el foco en la necesidad del espacio propio, la variedad de espacios institucionales donde ha funcionado el complejo áulico de la sede UNViMe Justo Daract

- 1- Ex Rotary Club
- 2- Casa arrendada para el funcionamiento de la sede
- 3- Esc. Técnica N° 16 “Jesús Obrero”
- 4- Centro educativo N° 11 “Inspector Sócrates Cortines”
- 5- Actualidad, aula magna
- 6- Salón de fiestas Asoc. Agrícola ganadera

A través de esta presentación fotográfica se observa, a su vez, la necesidad de contribuir a generar identidad institucional, para la visibilidad de la UNViMe en los habitantes daractenses, rescatando la historia.

Con cada foto se reconstruye la narrativa de la historia desde los procesos comunicacionales que permiten tejer los hechos entre sí, lo cual supone hilvanarlos desde las mismas vivencias de cada uno de los actores sociales de, Consecuentemente, surge como imperativo la necesidad de impulsar intervenciones restaurativas que potencien al actor social para que sea capaz de comprender, desde una conciencia histórica y las propias vivencias, su lugar en la historia y en las posibilidades de transformar las condiciones en las que le es dado vivir desde la narrativa política, social y cultural de sus historias colectivas.

ANEXO 3

Estimado Director/a:

En el marco de la presentación de mi plan de tesis de la Maestría en Comunicación Institucional centrado en la comunicación interna y externa de UNViMe Sede Justo Daract en los territorios, me dirijo a Ud. para solicitarle una entrevista, presencial o por meet a fin de dialogar sobre los siguientes puntos:

1. ¿Cuál es la historia de su Escuela y su relación con la comunidad daractense?
2. ¿Cuál ha sido la participación de su Escuela en el proyecto de la UNViMe?
3. ¿Cómo visualiza a futuro las relaciones de su Escuela con la Universidad?

Desde ya muchas gracias. Acordamos telefónicamente, día, hora y modalidad. La saludo con atenta consideración.

Lic. Roxana Tropich

- ENTREVISTA DIRECTORA DEL JARDIN N° 6 “CRECER JUGANDO”

<https://drive.google.com/file/d/1hGOmlBCfkZ2b8Npfd2tnlZ1uaKdEsPKY/view?usp=sharing>

- ENTREVISTA DIRECTORA ESC 37 JUAN B. ALBERDI

<https://drive.google.com/file/d/1KletTJweolae96fpuX5FWKC5viCclI5O/view?usp=sharing>

- DIRECTORA CENTRO EDUCATIVO N° 11

https://drive.google.com/file/d/16z63V-QybkkKEybwN4cO-Ygt4fhz_Fh5/view?usp=sharing

- DIRECTORA ESCUELA 429 “GREGORIO AGÜERO”

https://drive.google.com/file/d/1biVpBwDwnVRVq5oyk_TflwYYmefl0dzL/view?usp=sharing

- DIRECTORA ESC 82

<https://drive.google.com/file/d/1bEb0m34FKkFokxHNDDvC2DNDvR7RmuA/view?usp=sharing>

- DIRECTOR ESC 242 “PABLO PIZZURNO”

<https://drive.google.com/file/d/1MXMjCorNFVv40EzmlVTgveV-6J5TUXol/view?usp=sharing>

ANEXO 4:

<https://forms.gle/7yFf9NVedY3hSTUN8>



La sede de la Universidad en Justo Daract y su visibilización como dispositivo de transformación social

En el marco del Trabajo final de la Maestría en **Comunicación Institucional**, UNSL, será de suma importancia conocer la opinión de diferentes actores daractenses sobre la visibilización de la **UNVIME** en el contexto sociocultural de **Justo Daract**.

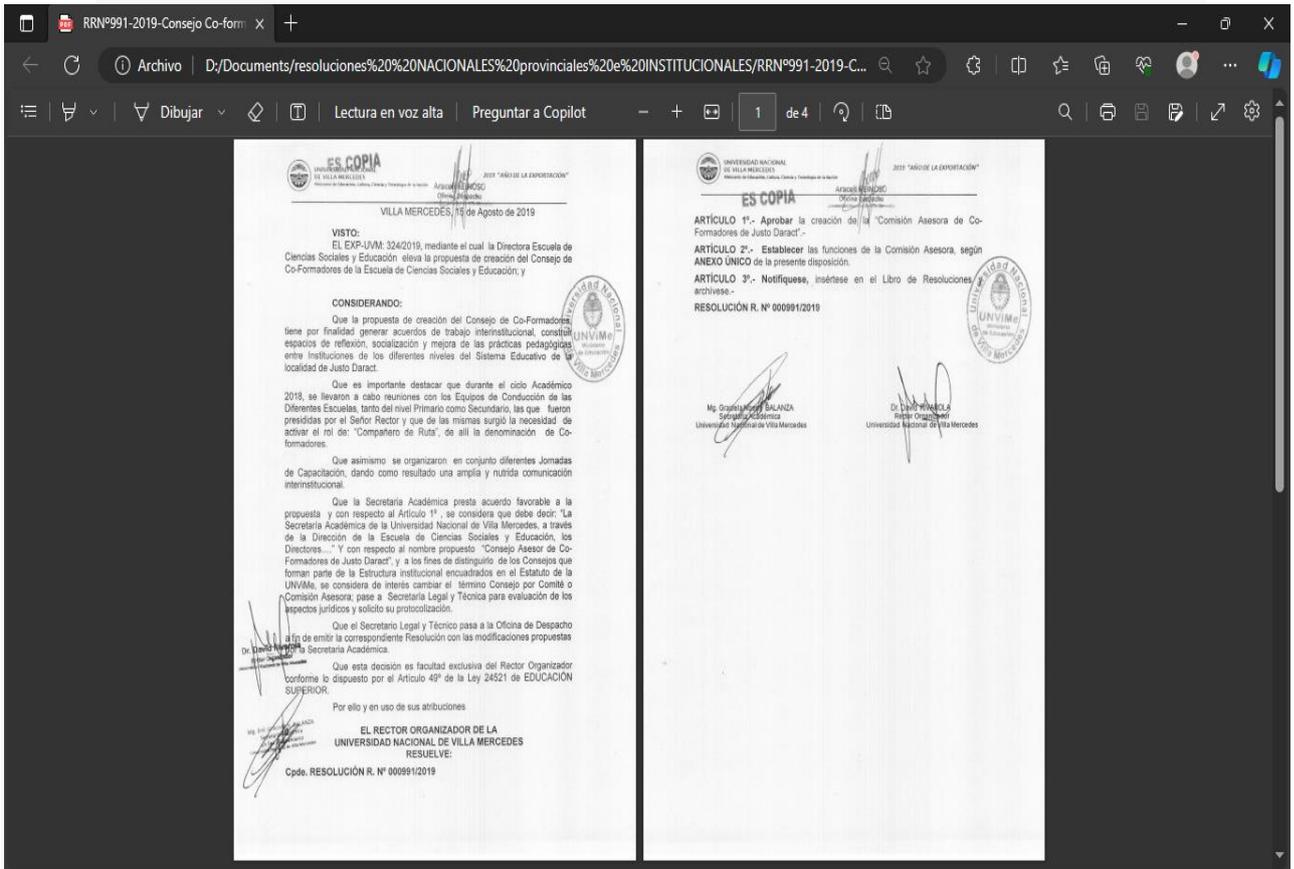
Instrucciones: responda las siguientes preguntas marcando la opción que considere más adecuada.

rthropich@gmail.com [Cambiar cuenta](#)

* Indica que la pregunta es obligatoria

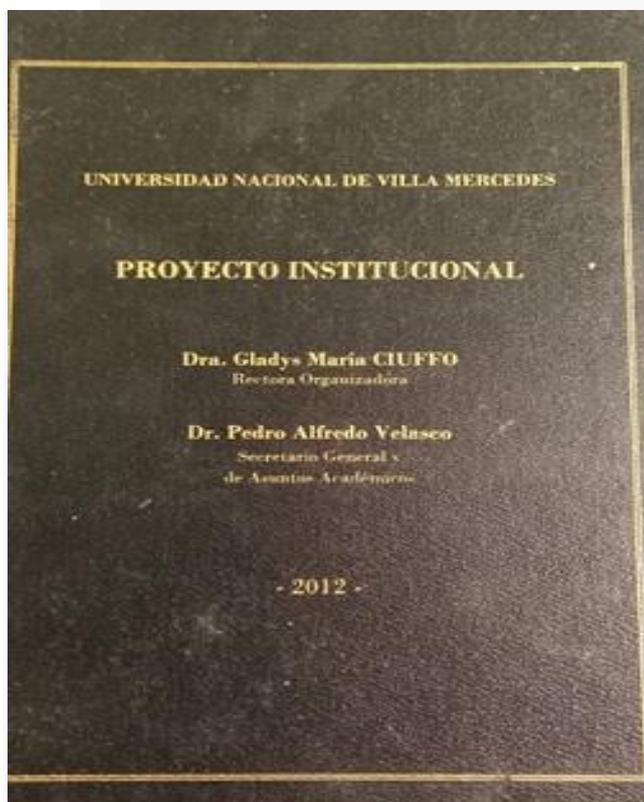
ANEXO 5 Documentos oficiales

- Resolución 99/19



- **Proyecto Educativo Institucional UNViMe:**

- ✓ Índice a modo de esquema de contenido del PEI
- ✓ párrafos significativos



INDICE

PROYECTO INSTITUCIONAL UNViMe

	DATOS INSTITUCIONALES	1
	DATOS DE LA RECTORA ORGANIZADORA	1
	PROYECTO INSTITUCIONAL DE LA UNViMe	1
1.	Contexto Político, Económico y Social. Fundamentación del Proyecto	3
1.1.	Viabilidad Política y Social.	3
	La Expansión de la Educación Universitaria en Argentina	
1.2.	El contexto - La Provincia de San Luis	8
1.2.1.	El territorio y la población	8
1.2.2.	La política nacional hacia el desarrollo regional	13
	El régimen de promoción industrial en la provincia de San Luis	
1.2.3.	Impacto de la promoción industrial	15
1.2.4.	El plan San Luis Digital	24
1.2.5.	Programa Zona de Actividades Logísticas	25
1.2.6.	Las Exportaciones en la Provincia de San Luis	26
1.3.	El Departamento Pedernera. La ciudad de Villa Mercedes y su zona de influencia	27
1.3.1.	El sistema educativo en el área de influencia	33
1.4.	Fundamentación del Proyecto	36

1.4.1.	El Proyecto Universidad Nacional de Villa Mercedes	41
1.4.2.	Resumen descriptivo del Estatuto de la Universidad Nacional de Villa Mercedes	41
1.4.3.	El Estatuto	52
1.4.4.	Proyecto Institucional	91
1.4.4.1.	Fines y Metas de la Institución	92
1.4.4.2.	Descripción del Proyecto	92
1.4.4.2.1.	La Organización de la Universidad	93
1.4.4.2.2.	El modelo propuesto para la Organización Académica de la Universidad	95
1.4.4.3.	Organización de la Actividad Académica	96
1.4.4.3.1.	Características de las funciones de docencia, la orientación de la misma y el perfil de los egresados	96
	Definición de las Áreas de Actividad Académica de la UNViMe	
	Criterios para la definición de la Oferta de Formación	
	Organización y oferta académica	
	Departamentos	
	Escuelas	
	Carreras	
1.4.4.3.2.	Características de las actividades de investigación que se desarrollarán en la institución. Contribución a las funciones de docencia.	103
1.4.4.3.3.	Características de las actividades de extensión y servicios a la comunidad	103
1.4.4.4.	Organización de la Actividad Administrativa	104
	Estructura Orgánica Administrativa Funcional	106
	Organigrama	137
1.5.	Adecuación de las actividades sustantivas a los fines de la Institución y resultados esperados	137
1.6.	Articulación con otras instituciones	140
1.7.	Plan de desarrollo de las actividades de docencia, investigación y extensión	142
CUERPO 2 – CARRERAS		155
	CARRERAS DE LA ESCUELA DE CIENCIAS DE LA SALUD	156
	Licenciatura en Enfermería –	157
	Enfermero Universitario	
	Licenciatura en Obstetricia	190
	Licenciatura en Actividad Física y Salud	212
	Licenciatura en Kinesiología y Fisioterapia	229
	CARRERAS DE LA ESCUELA DE INGENIERÍA	271
	Bioingeniería	272
	Ingeniería en Sistemas de Información	313
	Ingeniería en Agroindustria	339
	CARRERAS DE LA ESCUELA DE GESTIÓN DE EMPRESAS Y ECONOMÍA	370
	Licenciatura en Economía Sostenible	371
	Tecnicatura Universitaria en Logística	388
	Licenciatura en Dirección y Gestión de Empresas	398
	Tecnicatura Universitaria en Diseño y Comunicación Integral	418
	CARRERAS DE LA ESCUELA DE CIENCIAS AMBIENTALES Y BIOTECNOLOGÍA	436
	Tecnicatura Universitaria en Agroalimentos	437
	Tecnicatura Universitaria en Gestión Ambiental	472
ANEXO I – CURRICULUM VITAE DEL PERSONAL ACADÉMICO		

FRAGMENTOS SIGNIFICATIVOS

La pujante comunidad mercedina ha sostenido en el tiempo su interés por contar con una universidad y fue así como en los años '70 logró que se estableciera en la ciudad de Villa Mercedes una Facultad. No satisfechos con ello y pensando en el desarrollo regional, mantuvieron una postura firme respecto a la necesidad de contar en Villa Mercedes con una universidad pública que diera respuesta a las necesidades de la población y así en 1998 y en el año 2006 los Senadores Provinciales, Dra. Negre de Alonso e Ing. Daniel Pérsico presentaron al Congreso de la Nación sendos proyectos para la creación de la Universidad Nacional de Villa Mercedes los que, mediante acuerdos, se unificaron en una propuesta de la cual en noviembre de 2009 emerge la Ley Nro. 26542 del Honorable Congreso de la Nación, la cual crea una nueva Universidad Nacional con sede en la ciudad de Villa Mercedes, provincia de San Luis.

Pensar la universidad supone considerar, de manera articulada, los temas y las áreas de aplicación de sus tres funciones sustantivas: docencia, investigación y extensión/vinculación. Diseñar la universidad no sólo es decidir la oferta de carreras que se dictarán en ella, aun cuando se sabe de la importancia que revisten las propuestas de formación. Las carreras son la dimensión institucional que seguramente genera mayor expectativa en la sociedad, sobre la que va a sentirse la presión de la demanda y, finalmente, donde el impacto de la nueva universidad será más evidente para el conjunto de la población. Al analizar el ámbito de inserción de la universidad, el territorio y el medio cultural, social y económico en el que desarrollará sus actividades, es necesario realizar un análisis que permita distinguir cuáles son las demandas prioritarias y cuáles las respuestas que deben darse desde una institución que surge a partir de las necesidades de formación de una vasta región y bajo el *leit motiv* de la responsabilidad social y la promoción del desarrollo sustentable. (2012, Introducción, p.2).

La población de la provincia de San Luis se distribuye en numerosos municipios y, en varios casos, los asentamientos no alcanzan a los dos mil habitantes lo que implica que la población está dispersa. Las ciudades de San Luis (Capital de la provincia) y Villa Mercedes constituyen los centros urbanos de mayor tamaño, seguidos en tamaño e importancia por la Villa de Merlo y Justo Daract que se destacan, respectivamente, por su actividad turística y logística comercial. (p.12)

La Zona de Actividades Logísticas (ZAL) es el primer corredor logístico en la región, que tiene el privilegio de integrarse y trabajar cooperativamente con instituciones creadas con el fin concreto de potenciar el desarrollo de la región central de la República Argentina, como lo son la Zona Franca en Justo Daract y la Universidad Nacional de Villa Mercedes. En conjunto, ambas zonas trabajan con el objetivo de convertir a la ciudad de Villa Mercedes (Provincia de San Luis) y su zona de influencia en un Centro Nodal de Logística para el comercio provincial, regional, nacional e internacional, y soporte de la producción local. (p. 25).

El Departamento Pedernera cuenta con un importante desarrollo industrial, centralizado en la ciudad de Villa Mercedes distribuido en la periferia de la ciudad aprovechando herramientas naturales y artificiales como la autopista de las rutas 7 y 148, las vías del ferrocarril, el Rio Quinto, Canales de Riego y otros. En Justo Daract se destacan las muy buenas condiciones técnicas, económicas y humanas existentes para el desarrollo productivo aprovechando las posibilidades que ofrece la Zona Franca y un importante Nodo ferroviario y carretero. (p. 30).

La ampliación de la oferta de educación universitaria pública en la ciudad de Villa Mercedes y su **zona de influencia** ha sido la respuesta natural a los grandes cambios acaecidos en la región a partir de la movilidad que genera la industrialización y las nuevas tecnologías. Las nuevas universidades no sólo aumentan las posibilidades de acceso a la educación superior de la población de su área de influencia, sino que crean nuevos polos de vida universitaria en áreas en las que antes ésta estaba ausente, además de aliviar la presión de la demanda sobre la universidad de la región con mayor grado de masividad en su matrícula. Si se parte de la premisa que el crecimiento de la demanda de educación superior debe ser atendido por el Estado y no por el mercado exclusivamente, ya que este resulta excluyente, y que esta intervención debe perseguir la democratización de las oportunidades de acceso, compromiso social y permanencia a estudios de nivel superior, se desprende entonces que el incremento de la oferta estatal de estudios universitarios debe concentrarse allí donde el impacto de sus acciones sobre esa igualdad de oportunidades sea mayor. Tal es el caso de esta región, donde existen importantes desigualdades en el ingreso.

La existencia de instituciones sociales adecuadas a este nuevo contexto, como las universidades, se torna un elemento clave para el progreso de las fuerzas productivas integradas a un desarrollo local y regional. Las nuevas tecnologías se encuentran mayoritariamente enfocadas hacia el procesamiento de la información, acarreado consecuencias de gran alcance para la relación entre la esfera de los símbolos socio-culturales y la base productiva de la sociedad. La capacidad de la fuerza de trabajo para

procesar la información y generar conocimiento es la fuente material de la productividad, y por lo tanto del crecimiento económico y el bienestar social. De manera que la creación de una Universidad pública debe ser ubicada entonces en un contexto de política de localización del gasto público que propenda a sentar las bases para un desarrollo social y productivo regionalmente armónico. (pp. 37, 38).

Con la creación de la Universidad Nacional de Villa Mercedes se pretende dar un paso más hacia el objetivo de redistribuir el poder, la riqueza y el conocimiento para construir una sociedad más equitativa y que posea las condiciones endógenas necesarias para llevar a cabo un proceso de desarrollo sostenido. Modificar la distribución de los saberes en la sociedad, formar ciudadanos capaces de actuar en la sociedad del conocimiento y elevar el nivel educativo del conjunto de la población hace posible que un proceso de crecimiento económico se genere a partir de iniciativas y emprendimientos de la comunidad y sea sostenido, es decir, hecho posible a partir de capacidades locales (pp. 38,39).

La Universidad Nacional de Villa Mercedes, nace como una herramienta de desarrollo regional a partir del insistente reclamo de una comunidad que aporta un alumnado con interés por acceder a la educación universitaria; se crea en el marco de las nuevas tendencias en la educación superior y atendiendo al comportamiento de la demanda con el fin cubrir un área de vacancia, afianzando sus bases en la asociatividad, generando así una red que garantice la sostenibilidad universitaria, el cooperativismo, la responsabilidad social y el desarrollo regional (p. 40).

Objetivos específicos

(...)

6-Promover la enseñanza y la capacitación permanente que propicie de manera innovadora el ejercicio de la participación ciudadana, la actualización para el desempeño activo en el mundo laboral y el acceso al conocimiento.

7-Promover acciones tendientes al desarrollo sostenible con equidad social y preservación del medio ambiente, a nivel nacional y regional.

8-Coordinar con las instituciones públicas y privadas de la región el desarrollo de los estudios superiores, de investigación y desarrollo y acciones de cooperación comunitaria, aunando esfuerzos tendientes a solucionar problemas relacionados con las necesidades de la región (p.42).

- **Consejo económico Social (COES)**

“...El Estatuto de la UNViMe establece la creación del Consejo Económico Social. Este órgano de asesoramiento se integrará por representantes de organismos públicos y de organizaciones radicadas en la provincia de San Luís, especialmente en la zona de influencia de la universidad, a los que la Asamblea Universitaria invite a participar y acepten el compromiso mediante la firma de un convenio con la universidad. Dicho convenio tendrá una duración mínima de dos años y máxima de cuatro y en él se establecerán los modos de acción conjunta que fundamenten la actuación de las partes en el Consejo Económico Social.” (PEI UNViMe, 2012, p. 49)

