

EL DIAGNÓSTICO DE COMUNICACIÓN

Diagnóstico y poder. Diagnóstico y participación.

Lic. Daniela Bruno

Exposición para el concurso para el cargo de profesora adjunta del Taller de Planificación de Procesos Comunicacionales.

Fac. de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de La Plata

1.- Una aproximación inicial al concepto de diagnóstico:

El diagnóstico es una estrategia de producción de conocimiento acerca de determinada realidad con la particularidad de estar orientada por la voluntad consciente de modificar esa realidad. Esta es una elección no sólo metodológica sino además epistemológica y política, pues entonces creemos en la posibilidad de aportar estos elementos para que la sociedad se apropie de ellos y los procesos sociales y comunitarios queden menos librados a la improvisación y dejen de ser simples ensayos.

Todo proceso deliberado de cambio se inicia con el reconocimiento de la situación actual de una organización, grupo o comunidad. Este reconocimiento es aquello que denominamos diagnóstico y es el paso previo a la proyección de alternativas y cursos de acción que permitan modificar esa realidad en un sentido deseado. Si bien es cierto que, a efectos didácticos, nosotros hemos dividido al proceso de planificación en dos grandes etapas denominadas diagnóstico, la primera, y planificación, la segunda, ambos son junto con la gestión o puesta en marcha de las acciones, partes inseparables de un único proceso. Su diferenciación se establece más por necesidades metodológicas y analíticas que por el hecho de que pueda fragmentarse el proceso social que se pretende reconocer y modificar.

El diagnóstico y la planificación no son ajenos a la dinámica de la institución o del grupo humano y esta dinámica es continua. Cada punto de llegada es, al mismo tiempo un punto de partida hacia un nuevo objetivo. En ese sentido la evaluación de los resultados de este proceso de cambio se convierte, simultáneamente, en origen de un nuevo diagnóstico.

¿Por qué el diagnóstico es el punto de partida de todo proceso de planificación?

Hemos dicho que para modificar determinada realidad a través de un proceso de planificación primero debemos conocerla profundamente, además de contar con el impulso y el respaldo de la voluntad del cambio social y la creencia en la utilidad de la intervención social. Esto es fundamental para intentar comprender la lógica de esta herramienta teórica y metodológica. Cuando nos damos a la tarea de intervenir en una organización para modificar su situación podemos hacerlo partiendo de dos perspectivas de planificación distintas. Desde un enfoque, que denominamos planificación estratégica, se toma como punto de partida de la tarea del planificador los objetivos predeterminados por los propios integrantes de la institución, para proyectar alternativas de cambio en función de esos objetivos.

Para entender esta perspectiva es oportuno tener en cuenta uno de los principios básicos de quienes adhieren a ella, formulado por Carlos Mathus: "Planifica quien gobierna" (1). Esto implica que el diagnóstico y la planificación son orientados por los objetivos que se ha propuesto quien detenta el poder.

En ese marco, el análisis de los distintos actores y sus percepciones de la situación no sólo resulta pertinente sino indispensable, aunque con una salvedad: tanto los actores como sus percepciones son reconocidos e interpretados en términos de aliados o enemigos para el cumplimiento de aquello que realmente interesa, que no es otra cosa que los propósitos dispuestos por quien gobierna. En ese sentido, los actores se convierten en medios para el cumplimiento de determinado fin.

Sin embargo, este no es el único camino posible. Existe en la planificación, una perspectiva que se conoce con el nombre de planificación diagnóstica, que utiliza el diagnóstico social como punto de partida del proceso y, en muchos casos, involucra a los propios actores en la construcción de los objetivos de cambio que habrán de proyectarse. Este enfoque convierte a la planificación en una herramienta de redistribución de poder, ya que aquí el principio no es planificar para quien gobierna sino para que cada vez más personas participen del gobierno. Es en ese sentido que decimos que el diagnóstico se constituye en un proceso educativo para los actores de la organización, ya que permite el reconocimiento de su situación actual y aspira a que se apropien de la planificación como una herramienta para modificar la realidad en el sentido por ellos deseado.

Nuestra propuesta consiste entonces en iniciar el proceso reconociendo la realidad y los dinamismos que en ella se generan, para recién allí fijar nuestros

objetivos de cambio. El diagnóstico es en primer lugar un ejercicio de diferenciación de los elementos de una determinada situación. Permite ubicar los principales problemas, desentrañar sus causas de fondo y ofrecer vías de acción para irlos resolviendo. Si con Daniel Prieto Castillo entendemos el diagnóstico como “una lectura esencial de determinada realidad social, una lectura de sus conexiones esenciales, desde una perspectiva histórica” (2), podemos decir que la planificación diagnóstica es la proyección de un proceso de cambio, tomando en cuenta la trama fundamental del diagnóstico, sus fuerzas (potencialidades) y sus debilidades (problemas), a partir del cual se construyen objetivos de planificación. Algunas de las características distintivas de este tipo particular de investigación que es el diagnóstico pueden sintetizarse de la siguiente manera:

- Es un proceso de conocimiento sistemático.
- Busca comprender lo que sucede en un ámbito de trabajo determinado a partir de hechos o aspectos relevantes y/o problemáticos - síntomas - .
- Esos síntomas positivos o negativos cuyo origen se busca y analiza, son escogidos y reconocidos por el analista pues le resultan significativos a la luz de unos objetivos pero también en relación con su marco teórico.
- Su finalidad es lograr la superación de los aspectos problemáticos y potenciar sus aspectos positivos.

Aunque posteriormente nos dedicaremos a las particularidades que adquiere el diagnóstico de comunicación, específicamente, podríamos adelantar que *el diagnóstico de comunicación es una herramienta para evaluar las prácticas sociales, orientada a tener un conocimiento sistemático sobre las mismas, para reconocer las fortalezas y debilidades que luego serán retomadas en la planificación, entendida ésta como estrategias destinadas a generar modificaciones en la comunicación que ayuden a producir cambios positivos en el grupo, la comunidad o la institución.*

El diagnóstico de la comunicación es una forma de evaluación que implica “leer situaciones sociales desde lo comunicacional, leer entonces situaciones de comunicación”.^[1] Esto supone que existe una mirada específica desde la comunicación que permite una lectura también específica de las prácticas sociales. El médico clínico puede diagnosticar el estado general de un paciente, pero necesita de los especialistas para trabajar sobre un órgano o un sistema determinado. El tratamiento que el clínico determina incide en el estado de salud

general de la persona, pero también en su sistema linfático o nervioso. De manera inversa, una intervención sobre el sistema digestivo es específica, necesita de un diagnóstico propio y de acciones dirigidas a esa parte del cuerpo, pero incide sobre el estado de salud general. De manera similar, hoy en día no es posible explicar las prácticas sociales sin hacer una lectura específica de lo comunicacional allí y toda acción que se emprenda desde lo comunicacional termina afectando a la totalidad de las prácticas sociales.

2.- Perspectiva epistemológica:

Hemos dicho que el diagnóstico es, por empezar, una estrategia de producción de conocimiento. En este sentido, sería adecuado establecer algunas precisiones respecto de nuestra perspectiva epistemológica.

La epistemología es el estudio crítico y filosófico de las ciencias y de los principios en los que esta debe basarse. Por lo tanto, al explicitar nuestra perspectiva epistemológica estamos revelando cuáles son nuestros supuestos acerca de la tarea de conocer. Comencemos a explorar esta perspectiva epistemológica.

A los efectos de un trabajo de diagnóstico y planificación, las nociones teóricas nos permiten Conceptualizar la práctica ligada a los requerimientos del trabajo que se realiza. Es decir, nos permiten interpretar las problemáticas que surgen en el ámbito de trabajo.

Dado que se trata de una investigación para la acción, para el cambio, la teoría nos permite hacer inteligibles las prácticas que analizamos, nos permite interpretarlas para luego orientar las acciones. Pero a la vez, al confrontar esas conceptualizaciones previas con nuestra intervención actual, estamos generando nuevas conceptualizaciones. Esta forma de entender la teoría y la práctica difiere de aquella que supone la teoría como un modelo o un sistema de interpretaciones que anteceden a la práctica y que iluminan desde lo alto a la realidad. Por el contrario, entendemos la teoría como la sistematización de nuestros propios aprendizajes y como la organización de las conclusiones de otros aplicadas a nuestras necesidades y preguntas.

Esto implica una perspectiva epistemológica pues comprende modos de conocer, modos de Conceptualizar, métodos de estudio, de investigación y de enseñanza para abordar el objeto. También supone una forma particular de concebir la relación entre el planificador y su objeto de estudio. Para referirnos a este último punto tomaremos algunas ideas de la hermenéutica filosófica de Hans-Georg

Gadamer. Estas nos permitirán introducir elementos para desarrollar una idea de racionalidad más amplia que la de la estrecha objetividad científica.

El pensamiento hermenéutico de Gadamer entiende que siempre, indefectiblemente, la pertenencia del hombre a un mundo precede a toda objetivación posible. Toda comprensión tiene un carácter condicionado y “prejuicioso”. En tanto y en cuanto somos seres finitos, debemos tener en cuenta siempre los condicionamientos históricos de cada una de nuestras ideas. Existe un vínculo ineludible que nos liga con el pasado, con la tradición, con la historia y con el lenguaje.

Entonces, *“todo conocimiento es la recreación de una tradición a través de las interpretaciones que desde nuestra situación histórica particular hacemos de ella”* [2]. Examinemos más en detalle esta frase. En primer lugar, establece que todo conocimiento es una recreación. Suponemos que no se trata de una recreación como distracción, divertimento o entretenimiento. Se trata de una re-creación, es decir, volver a crear. Pero si el conocimiento es volver a crear la tradición ¿No se trata entonces de un mero repetir? ¿Existe alguna posibilidad de innovación? Nuestro punto de vista es que no se trata de una repetición pero tampoco es una creación total. Siempre existe una cuota de creatividad en el acto de conocer pero es una creatividad condicionada por la historia y el lenguaje del intérprete, sea este el planificador o el encargado de un área en una organización que nos ha convocado como profesionales. La innovación está puesta por la situación particular e irrepetible del intérprete y la limitación estará dada por la comunidad de sentido a la que pertenece ese intérprete.

A esto debemos sumar el hecho de que el investigador está atravesado por una determinada voluntad de saber de la época. Según la época histórica, se ve de distintas maneras y se dicen diferentes cosas acerca del mundo que nos rodea. Por ejemplo, “para nosotros el sol es una estrella, pero para los incas era un dios. Nosotros nos referimos al sol como un elemento natural mientras que los incas le rezaban” [3]

Estas diferentes formas de ver y nombrar al mundo, son las que va constituyendo paulatinamente los saberes de una determinada época histórica. Pero estos saberes, son incapaces por sí solos de ser reconocidos como legítimos si no están avalados por algún dispositivo de poder. A su vez, quien tiene el poder precisa de los saberes reconocidos en determinada época histórica para legitimar y conservar su poderío. Tal como plantea Esther Díaz, poder y saber interactúan y ninguno

puede sostenerse sin el otro. A lo largo de toda la historia de nuestra sociedad, nacen, permanecen y se descomponen una serie de saberes asociados a poderes que además están asociados a las prácticas sociales del momento.

Teniendo en cuenta lo dicho en los párrafos anteriores, podríamos entonces decir que el diagnóstico entendido como estrategia de producción de conocimiento es, al igual que todo conocimiento, la recreación de una tradición a través de las interpretaciones que desde nuestra situación histórica particular hacemos de ella. Cuando formulamos un diagnóstico estamos siendo interpelados por la situación particular que estamos conociendo pero también estamos interpretando esa situación particular desde una comunidad de sentido determinada. Asimismo, nuestros saberes se han constituido en el marco de una voluntad de saber que es epocal, y que se perpetúa gracias a una serie de dispositivos de poder que legitiman, controlan y regulan la producción de conocimiento.

Por todo esto, es que se le otorga un especial interés a la explicitación del marco teórico en cualquier informe de diagnóstico. La importancia de su formulación radica, en nuestra opinión, en que esto permite iluminar algunas de las condiciones bajo las cuales se comprende, es decir, permite desocultar lo más que se pueda esos condicionantes. La razón, dirá Nietzsche, interpreta. Pues bien, **nuestra propuesta consiste en dar cuenta, en el marco teórico, de qué forma nos vinculamos con el objeto, reconociendo que cuando tomamos contacto con éste nosotros ya estamos inmersos en un mundo con sentido, y que es desde esa pertenencia a un mundo con sentido desde la cual lo comprendemos.**

No sólo las ciencias sociales están determinadas por este círculo entre el intérprete del objeto y el objeto que pasa a ser parte del mundo del intérprete, sino que todo el conocimiento pasa a moverse dentro de esta circularidad, puesto que siempre hablamos desde algún lugar. La diferencia con otro tipo de perspectivas epistemológicas reside en que nuestro objetivo no consiste en eliminar nuestros presupuestos, ya que entendemos que esta tarea es en cierta medida imposible. Por el contrario, queremos explicitar nuestras categorías de interpretación, las cuales concebimos no como elementos que hay que superar para llegar a la verdad, sino como un condicionamiento que es parte de la verdad misma.

3.- La situación de comunicación:

El concepto de situación de comunicación también pertenece a Daniel Prieto Castillo y lo utilizamos porque nos permite dar el paso previo antes de hablar de

manera directa sobre el diagnóstico desde la comunicación.

La situación de comunicación es aquella que expresa y pone de manifiesto, como síntoma o manifestación, una compleja trama de relaciones.

“Estamos insertos, desde que nacemos, en situaciones de comunicación. La sociedad nos habla a través de múltiples discursos y nos va exigiendo que aprendamos a expresarnos de determinada manera y a referirnos a ciertos temas por encima de otros. Una situación de comunicación no se resuelve a través de algo tan pobre como aquello de un emisor que emite y un receptor que recibe. Estamos siempre inmersos en un todo significativo que se manifiesta por medio de distintos discursos, los cuales pueden contradecirse, sin dejar de pertenecer por ello al todo. Una relación de comunicación comprende las relaciones intrapersonales (yo conmigo mismo), grupales, sociales en general; las circunstancias económicas, políticas, culturales, el desarrollo de ciertas tecnologías, de ciertas formas de enfrentar y resolver los problemas de la naturaleza de la sociedad”.^[4] En otras palabras. Leemos situaciones sociales desde lo comunicacional. A través de saberes y herramientas que nos entrega la comunicación (teorías, métodos, discursos, estéticas, medios, sistemas, tecnologías, etc.) hacemos una mirada particular y específica sobre los procesos sociales. Leemos situaciones de comunicación en la trama de relaciones que los actores construyen en el espacio social. El concepto nos sirve tanto para analizar la sociedad en general, como para hacerlo en instituciones, organizaciones, comunidades o grupos de diversa índole. Tal como lo indica el mismo autor “podemos hablar de situación de comunicación de un país, de una institución, de un proyecto, de una comunidad, de una familia incluso”. En cada uno de estos ámbitos se dan discursos predominantes, temas a los que prestar atención, recursos expresivos, estéticas. Todos estos elementos constituyen “síntomas” que pueden ser leídos comunicacionalmente. La situación de comunicación no es en sí misma, no se agota sobre sí misma. Una situación de comunicación es en un contexto y en un proceso. Es la institución y su sistema de relaciones, sus conflictos. Es también su historia, expresada en la memoria institucional. Es además su identidad, manifiesta en su filosofía y en las manifestaciones de la misma.

La situación de comunicación es también su comunicabilidad, es decir, la forma de utilizar los medios y de acercarse a sus interlocutores. Es su imagen y la forma como la construye. Todos estos aspectos hacen a la situación de comunicación que constituye el objeto de estudio cuando realizamos un diagnóstico desde la

comunicación.

4. La vida cotidiana: lugar de comunicación.

La situación de comunicación se entiende y se desarrolla en el espacio de la vida cotidiana, entendida esta como el lugar donde las personas y grupos sociales se constituyen como sujetos de las prácticas sociales. En ese sentido la vida cotidiana es el espacio donde se tejen las relaciones comunicativas.

Para Daniel Prieto C. la vida cotidiana se define como *“las concepciones, evaluaciones y percepciones de la realidad que en sus diarias prácticas comparten los integrantes de un grupo social”*.[\[5\]](#)

¿Qué son las concepciones?

“La manera de entender algo, de juzgarlo”, señala el mismo autor. Pero advierte que *“en esto no intervienen sólo conceptos, sino también y muy a menudo fuertemente, estereotipos. Las concepciones resultan de una mezcla de conceptos y estereotipos, donde los límites entre lo que pueda ser demostrado, validado con alguna solidez y lo que proviene de la experiencia de las creencias, están poco marcados. Un estereotipo es una versión emotiva de algo, versión que puede ser más o menos rígida. Las prácticas cotidianas se orientan, y a veces determinan, por esas concepciones”*.

¿Qué se entiende por evaluaciones?

Se entiende *“el atributo que se le da al algún objeto, ser o situación. En general se evalúa positiva (calificación) o negativamente (descalificación). La vida cotidiana consiste en una infinita trama de aceptaciones y rechazos que tienen que ver directamente con la forma de evaluar”*.

Siguiendo al mismo autor podemos subrayar lo siguiente:

- a evaluar se aprende a lo largo de las relaciones familiares, interpersonales y dentro de otros grupos.
- concepciones y evaluaciones determinan la forma de percibir (siempre que se ve algo, simultáneamente se lo está interpretando y valorando).

Finalmente, la percepción *“es un problema cultural y no una simple captación del entorno”,* porque *“percibimos a través de nuestros juicios”*. Desde esta mirada las

diarias prácticas *“incluyen las relaciones más comunes de la vida cotidiana: el trabajo y el esparcimiento, sobre todo. Pero también la forma de cumplir las propias actividades, las relaciones grupales, los contactos cotidianos”*.[\[6\]](#)

La vida cotidiana está conformada por las relaciones tejidas entre las personas a través de percepciones, concepciones y evaluaciones. Así entendida la vida cotidiana es siempre una experiencia colectiva, grupal. Sólo en las relaciones sociales existe lo que aquí estamos entendiendo por vida cotidiana.

Sin embargo, las percepciones, concepciones y evaluaciones, son siempre vividas por alguien en particular y constituyen una forma de reafirmación de cada una de las personas en relación con su contexto. Es *“la manera en que cada quién se sabe alguien entre los demás”*, sostiene D. Prieto Castillo. Este saber es producto de un reconocimiento, es compartir experiencias, es la manera que cada cual se sienta integrado y reafirmado. Es también la forma de percibir los rechazos. Cada individuo es y se reconoce en el marco de una cultura, es decir, en un contexto donde se verifica determinada forma de analizar y codificar lo que se percibe de las situaciones circundantes.

El lenguaje se constituye en el soporte de la cultura, en tanto y en cuanto, el lenguaje es un vínculo para expresarse y ser ante los demás. Percibir es percibir lo familiar, lo cercano. Desarrollamos de esta manera una serie de costumbres perceptuales que se convierten en un proceso de aprendizaje y que nos permiten vencer la complejidad del contexto, sentirnos más seguros, disipar las incertidumbres. Sin embargo, al decir esto hay que asumir la mirada compleja de esta perspectiva, totalmente alejada de la idea simplista del lenguaje como “espejo” de la realidad, sino más bien proyectarnos hacia lo que Denise Najmanovich llama *“una concepción en red multidimensional de los fenómenos lingüísticos”*.[\[7\]](#)

En todo caso nos estamos refiriendo siempre a un entramado de relaciones que se expresa en el lenguaje y que se manifiesta en una cultura de la complejidad, donde no existen los mecanismos exactos que funcionan como un reloj sino que entran a tallar una enorme diversidad de factores que terminan incidiendo en ese entramado y, en este caso, en la constitución misma de la situación comunicacional. Esto lleva también a la constitución de un objeto complejo, que no es simplemente un observador, sino que es la resultante de la relación del propio sujeto con el mundo, con su historia, con las prácticas sociales de las que es partícipe.

Al mismo tiempo decimos que *“existe un aprendizaje perceptual que se prolonga a lo largo de toda la vida, pero que alcanza una cierta consistencia (...) pasada la adolescencia. Dicho aprendizaje va conformando una acumulación de percepciones que constituye nuestra manera de enfrentarnos a los demás e incluso a nosotros mismos. Ese proceso acumulativo conforma en gran medida la biografía del individuo”*.[\[8\]](#)

Sucede, en consecuencia, que si la percepción es algo que se va desarrollando a modo de proceso de aprendizaje, la experiencia previa condiciona las experiencias posteriores, sin que ello signifique necesariamente que el mismo individuo haya vivido personalmente todas esas experiencias. Hay un aprendizaje cultural que se apoya en experiencias sustitutas que se verifican en los grupos, los medios masivos de comunicación, en las redes de relaciones.

Así entendida, la vida cotidiana es el lugar de las interacciones: el sujeto en su historia, en su contexto, en un tiempo y en permanente relación. Las experiencias que se viven en los grupos constituyen, sin embargo, la matriz social del individuo donde se construye el repertorio de significados que condicionan las formas y los modos de enfrentarse a situaciones diferentes de las habituales. En ese mismo marco *“las cosas no ‘son’ sino que ‘devienen’ en las interacciones. Las propiedades no están en las cosas sino entre las cosas, en el intercambio”*.[\[9\]](#) Podemos decir que la belleza o el peso o las dimensiones de un objeto no son en sí mismos, no son categorías que puedan aislarse de la relación con las personas. Son bellos, pesados, grandes o chicos con relación a alguien y al contexto en el que se los mira. De la misma manera el sujeto no es aquel biológicamente reconocido, sino aquel constituido en la vida cotidiana, en el complejo sistema de relaciones que la misma genera.

Este es el sujeto complejo que, en el marco de la vida cotidiana, se representa a la manera de actores sociales en una realidad, también compleja y multideterminada, que reconocemos y diagnosticamos y sobre la que pretendemos planificar para el cambio. Lo que comúnmente llamamos realidad está dada por un conjunto de hechos más las percepciones de ellos, por los sujetos, más su interpretación y valoración. Este explica y le da sentido a la idea “ponerse de acuerdo”, entendido como un método para la producción colectiva de un conocimiento que sea transformador de la realidad. Porque la cuestión central consiste en transformar no sólo los hechos sociales de manera aislada, sino las valoraciones y las

percepciones que los sujetos participantes tienen de esos mismos hechos. Dicho de otra manera: cuando actuamos sobre las prácticas sociales, cuando modificamos las relaciones que existen allí y las prácticas comunicativas que le dan lugar, estamos cambiando también la percepción que cada sujeto, individual o colectivo tiene de la misma. [10] La vida cotidiana es lugar de comunicación y a la vez el escenario donde se constituyen los actores-sujetos de las prácticas sociales. Allí, en tanto y en cuanto sistema y trama de relaciones comunicacionales, se constituye el campo de acción del planificador de la comunicación.

5.- Diagnóstico de la comunicación:

Hablamos antes del diagnóstico de la comunicación como una herramienta que nos permite reconocer y comprender, de manera sistemática, las prácticas sociales y sus procesos internos y que, así entendido, constituye el primer paso de la planificación de procesos comunicacionales. Nos referimos también a la vida cotidiana y la forma como los actores sociales, individuales o colectivos, se constituyen en ese contexto.

La planificación de la comunicación supone el diagnóstico hecho en la misma perspectiva. Y el diagnóstico comunicacional parte del reconocimiento de que toda persona, por el sólo hecho de vivir en sociedad, posee concepciones, evaluaciones y percepciones que ha ido acumulando a través de su historia personal. Podemos decir que *“... los actores saben bastante más de lo que han dicho respecto de su accionar, excepto que nosotros no le hemos preguntado qué es lo que en realidad saben. Una de nuestras dificultades es el no haber preguntado a los actores qué es lo que conocen, de lo que ocurre, cómo dan cuenta de lo que les pasa a ellos y a la sociedad, y por lo tanto, haber tendido a sustituir modelos de actor y modelos de acción por los actores y por la acción concreta”*. [11]

Por eso mismo **diagnosticar la comunicación es analizar de manera sistemática el sentido que esos actores producen en una determinada situación social, a partir de sus contextos y de sus propias historias personales que cobran sentido en el marco de una cultura**. Lo individual, lo grupal y lo masivo se entrecruzan aquí para tejerse en una trama de sentidos. La comunicación debe entender precisamente como esa compleja trama de sentidos

que incluye lo personal y lo colectivo, lo masivo y, en definitiva, la cultura como expresión de los múltiples sentidos y del sentido común. Por ese motivo no bastan los análisis parciales. Todos los aspectos deben ser contemplados, porque todos están en relación y marcan el conjunto de las relaciones humanas.

En esta línea, diagnosticar la comunicación es también *“pensar la cultura y la comunicación masivas como espacios claves para la producción de sentidos predominantes del orden social en tanto emisores y receptores, productores y consumidores negociarán allí sentidos, aunque la negociación se realice en términos desiguales ya que, mientras unos actúan en situaciones de poder, otros lo hacen desde posiciones subalternas”*.[\[12\]](#)

Siguiendo la propuesta de M. Mata, tomando en cuenta la perspectiva epistemológica elegida y una concepción relacional de la misma comunicación, diagnosticar desde la comunicación supone detener nuestra mirada en los aspectos constitutivos de dicha relación que se conforma en determinadas situaciones:

- **Los sujetos que entran en relación.** Nos referimos a sus características, a sus modos de constituirse en términos de la relación que entablan (fines o motivaciones que pueden ser explícitos o no); las situaciones que los han constituido como términos de esa relación, etc.
- **La naturaleza de la relación.** Naturaleza del vínculo que se establece. Asimetrías del mismo. Modos en que se construye la legitimidad de los roles que representan, etc.
- **Modalidades de producción de sentido.** Los productos y objetos culturales que se ponen en juego. Los momentos y espacios de emisión y recepción. Las mediaciones tecnológicas y sociales que intervienen en ambos casos, etc.
- **La significación de las prácticas comunicativas.** Los resultados de la acción comunicativa. Rasgos culturales, conductuales, ideas predominantes, acuerdos o conflictos, sentido que adquieren para los sujetos que intervienen en ellas.

Lo que antes se presenta no es un itinerario ni un listado obligatorio, sencillamente porque cada situación exigirá nuevas miradas y renovadas formas de acercamiento. Cada persona o cada grupo encontrarán nuevos aspectos para

tomar en cuenta. Sin embargo, es bueno tomar en cuenta lo que no queremos hacer cuando decimos diagnóstico de la comunicación: mirar las prácticas comunicativas tratando de señalar y determinar emisores, receptores, canales y códigos utilizados. Esto sería traicionar lo que nos estamos proponiendo. Sería utilizar un modelo informacional de la comunicación que estamos considerando superado, no como práctica, sino como categoría interpretativa. ¿Cuál es el sentido particular que adquiere un proceso de diagnóstico y planificación desde una perspectiva comunicacional?

Diagnosticar la comunicación es analizar de manera sistemática el sentido que los actores producen en una determinada situación social, a partir de sus contextos y de sus propias historias personales que cobran sentido en el marco de una cultura. Esto se sustenta en el entendimiento de que la comunicación es un proceso de construcción y de apropiación de sentidos de la vida cotidiana, que abarca tanto las relaciones personales como aquellas que están mediatizadas.

Esta mirada relacional de la comunicación la comprende como un proceso de significación y producción de sentido en el que el intercambio informacional es sólo un aspecto más de cuantos están involucrados en el proceso. De esta manera, las prácticas comunicativas son comprendidas como espacios de interacción en los que se verifican procesos de producción de sentido. En el caso del proceso de diagnóstico y planificación que desarrollaremos en la organización que seleccionemos, nuestra tarea consistirá inicialmente en realizar una lectura de los sentidos que las personas que forman parte de ella le dan a las acciones que emprenden.

Cada problemática que se aborda tiene sus propias particularidades, que exigirán nuevas miradas y renovadas formas de acercamiento a lo comunicacional. Por lo tanto lo que presentamos anteriormente no es una receta ni un listado obligatorio. Cada persona o cada grupo encontrarán nuevos aspectos para tomar en cuenta en función de los elementos que se presenten en cada organización.

5.1 El diagnóstico de situaciones:

Para proceder al diagnóstico de la comunicación centramos nuestra mirada en situaciones de comunicación. Toda situación implica un recorte de una realidad más amplia. Al mismo tiempo, en toda situación reconocemos características que aluden a procesos de transformación de la sociedad que, a la vez que trascienden a esa situación, la condicionan. Es decir, la situación se inserta en un contexto

social más amplio que la condiciona. En el contexto situacional podemos reconocer elementos que, en mayor o menor medida, condicionan y determinan las restricciones, capacidades y posibilidades de los actores para producir eventos o acciones que se proponen en la situación.

En una situación siempre podemos identificar actores. Cada actor explica, reconoce y comprende a su modo la situación. Toda explicación tiene un autor que es a la vez un actor que debemos identificar a la hora del análisis. El hecho de que cada actor tenga una comprensión distinta de la situación se debe, entre otros determinantes, a su historia, sus motivaciones, sus propósitos y su posición relativa dentro de la situación. Existen muchas explicaciones de una misma situación. Generalmente, encontramos explicaciones no sólo distintas sino además contrapuestas de una misma situación. Es decir, encontramos explicaciones en conflicto, que pueden ser consideradas válidas en sí mismas a pesar de presentarse como contrapuestas y sin que por ello pueda afirmarse que todo es absolutamente relativo.

Existen datos de la realidad, acontecimientos, que no admiten discusión. Sin embargo lo que a nosotros nos preocupa especialmente es la interpretación que cada actor le da a ese dato. Quizás se pueda comprender mejor con un ejemplo. Supongamos que se desata una tormenta. Frente al mismo hecho algunos pueden interpretar que se trata de un simple fenómeno climático, otros como el producto de la ira de Dios y terceros como una situación que favorecerá las futuras cosechas.

En síntesis: una explicación no es independiente de quien explica, para qué explica, desde qué posición explica y frente a quiénes explica. Una situación es un recorte de un escenario social más amplio. En toda situación podemos identificar características que son el resultado de la interacción de los actores que la integran y que experimentan en forma permanente conflictos y alianzas.

Al introducirnos en la vida de una organización, un grupo o una comunidad, observaremos que cada actor identifica distintos problemas y potencialidades. Cuando aludimos a ellos podemos estar haciendo mención a algo que ocurre en este momento o bien a situaciones que estamos proyectando; pueden ser referidos a causas que exceden a la organización, pueden ser simples o complejos, más o menos precisos y claros, mas o menos sujetos a modificaciones (cambiantes).

El valor que se le asigna a un problema o potencialidad depende de la importancia que tiene en el proyecto de acción de cada actor. Para precisar un problema o una

potencialidad es necesario identificar los elementos principales que lo constituyen. En primer lugar, debemos caracterizar del modo más preciso posible los resultados visibles o manifestaciones que permiten reconocer la existencia de ese problema o potencialidad y que lo distinguen de otros. Luego debemos identificar las variables explicativas que generan ese problema o potencialidad. Por supuesto entre estas variables explicativas del problema o la potencialidad se dan relaciones de intercambio sistémico que hacen que la relación causal no sea lineal. Ese conjunto sistémico de variables o nudos explicativos del problema constituyen un espacio y dentro de ese espacio (al que llamaremos espacio del problema) podemos identificar la capacidad de actuación de los actores involucrados en la situación para modificarla.

La descripción de una situación de comunicación de una organización equivale a una mirada objetiva y analítica con la cual se pretende reconocer los síntomas o manifestaciones de su compleja trama de relaciones. A las observaciones realizadas en el pre-diagnóstico y a la información que se pueda recolectar en entrevistas, conversaciones y nuevas observaciones de la organización debemos darle un cariz comunicacional. Para ello, esa información debe ser analizada en términos de relaciones y procesos de producción y recepción que los actores realizan, dentro de un contexto y un proceso histórico determinado.

Al respecto, Daniel Prieto Castillo señala que *“estamos insertos desde que nacemos, en situaciones de comunicación. La sociedad nos habla a través de múltiples discursos y nos va exigiendo que aprendamos a expresarnos de determinada manera y a referirnos a ciertos temas por encima de otros. Una situación de comunicación no se resuelve a través de algo tan pobre como aquello de un emisor que emite y un receptor que recibe. Estamos siempre inmersos en un todo significativo que se manifiesta por medio de distintos discursos, los cuales pueden contradecirse, sin dejar de pertenecer por ello al todo. Una relación de comunicación comprende las relaciones intrapersonales (yo conmigo mismo), grupales, sociales en general; las circunstancias económicas, políticas, culturales, el desarrollo de ciertas tecnologías, de ciertas formas de enfrentar y resolver los problemas de la naturaleza de la sociedad”* (6).

Pensando en el trabajo en la organización, algunos de los elementos que se pueden analizar para reconocer la situación de comunicación son:

- relaciones entre diferentes actores individuales y colectivos;
- espacios físicos: lugares de interacción de los actores en su actividad institucional, apropiación de estos espacios, etc.;

- espacios comunicacionales: reuniones, momentos de intercambio, momentos de toma de decisiones, momentos de elaboración de mensajes mediáticos, formas de intercambio con interlocutores;
- imagen institucional: percepciones que tienen de la institución los actores y los interlocutores, imagen proyectada por materiales mediáticos o no mediáticos, imagen proyectada por documentos institucionales, etc.;
- historias: recuperación de la memoria institucional, de los fundadores, de la evolución de la institución desde su creación hasta hoy, historias de vida de sus protagonistas;
- valores y sentidos: fuentes de coordinación institucional a nivel de los principios e ideas que guían su acción, fundamentos de su existencia;
- producciones mediáticas: mensajes y productos surgidos de la acción institucional; descripción de los formatos y procesos de elaboración de los productos mediáticos, etc.

5.1.1.- Actores:

Un elemento importante en la descripción de la situación de comunicación de la organización en la que trabajemos es la caracterización de los actores, individuales y colectivos, que identifiquemos en la propia organización y en su contexto. Una posibilidad es establecer esa caracterización a partir de los roles y funciones que cumplen en la situación que se describe. La función aparece asociada a la producción o el tipo de tareas que desempeña una determinada persona o grupo dentro de una organización. Por ejemplo, está el que administra, el que se encarga de las tareas de prensa y difusión, el que establece relación con los clientes, etc. El rol, en cambio, es un modelo de conducta que cada persona o grupo puede asumir según cuáles sean sus expectativas, en función de su lectura de la situación o como respuesta a actitudes y posiciones adoptadas por los otros miembros del grupo. Podemos identificar dos tipos de roles:

- los intelectuales/racionales, que se refieren a aquellos actores que se caracterizan por ser quienes dentro del grupo proponen ideas, buscan información y la difunden, los que cuestionan la situación, los que elaboran y orientan , los que sintetizan, los críticos, los que motorizan;

- los afectivos/emocionales, que caracterizan a los actores que estimulan y concilian, los que negocian, también los que agreden y obstruyen.

En este punto es importante tener en cuenta que aunque algunas personas tienen tendencia a cumplir determinado tipo de rol dentro de un grupo, los roles son cambiantes y un mismo actor puede asumir varios de acuerdo con las circunstancias que atraviese el grupo. Otros aspectos que también pueden ser tenidos en cuenta a la hora de caracterizar a los actores de una organización tienen que ver con la personalidad, su formación académica o nivel de educación formal, su historia en la institución, sus percepciones sobre determinadas cuestiones, su ubicación en el organigrama, su autoridad, su poder, su liderazgo. El reconocimiento de todas estas cuestiones facilita el análisis y la comprensión de ciertos sentidos instituidos en la organización y fundamenta el hecho de que un actor cumpla determinado rol en ella.

5.2.- Diagnóstico y poder. Diagnóstico y participación:

Al inicio de esta exposición nos referimos a las diferencias entre la planificación estratégica y la planificación diagnóstica en torno al poder. Desde la perspectiva estratégica, la planificación es una herramienta que otorga mayor eficiencia y eficacia a la acción del o de los que gobiernan. En ningún momento esta perspectiva cuestiona la titularidad del gobierno. En ese sentido, esta perspectiva, si bien introduce racionalidad a la acción en función de un cambio, ese cambio puede referirse a una mayor eficacia, una mayor producción, una mayor integración de los actores sociales involucrados, pero no un cambio significativo en las relaciones de poder, no un proceso efectivo de re-distribución del poder.

La perspectiva diagnóstica, a diferencia de la estratégica, entiende que la planificación debe iniciarse reconociendo la realidad y los dinamismos que en ella se generan, para recién allí fijar sus objetivos de cambio. Pero además y sobre todo, entiende que esa instancia de reconocimiento no sólo es condición para la formulación de la situación deseada y de los modos de conquistarla, sino además la valiosa oportunidad de que los miembros del grupo, la organización o la comunidad participen de un proceso que los enriquezca como personas y miembros de la organización y amplíe sus márgenes de acción, de mediación de los acontecimientos históricos con su voluntad.

Para quienes participan de la elaboración del diagnóstico de comunicación, éste se constituye en una preciosa oportunidad de renombrar la realidad, es decir, de

construir un discurso alternativo al que se supone naturalmente dado y que, por esta misma razón, resulta hegemónico. Y esto es válido para el ámbito de lo micro organizacional como de lo macro social. Michel Foucault pronunció en el College de France el 2 de septiembre de 1970, unas palabras que luego dieron origen a un libro muy pequeño pero interesantísimo y bello llamado “El orden del discurso”. Foucault dijo en esa oportunidad: *“En el discurso que hoy debo pronunciar, y en todos aquellos que, quizás durante años, habré de pronunciar aquí, hubiera preferido poder deslizarme subrepticamente. Más que tomar la palabra, hubiera preferido verme envuelto por ella y transportado más allá de todo posible inicio. Me hubiera gustado darme cuenta de que en el momento de ponerme a hablar ya me precedía una voz sin nombre desde hacía mucho tiempo: me habría bastado entonces con encadenar, proseguir la frase, introducirme sin ser advertido en sus intersticios, como si ella me hubiera hecho señas quedándose, un momento, interrumpida. No habría habido por tanto inicio; y en lugar de ser aquel de quien procede el discurso, yo sería más bien una pequeña laguna en el azar de su desarrollo, el punto de su desaparición posible.”*[\[13\]](#)

Para Michel Foucault cada vez que pronunciamos un discurso estamos violentando de manera tajante y decisiva su azaroso devenir y estamos ejerciendo una violencia simbólica sobre el mundo. Para Foucault, toda vez que las gentes hablen, deseo, institución y poder conviven en ese acto. ¿Qué quiere decir esto? Como bien lo ha desarrollado el psicoanálisis, el discurso es lo que manifiesta o encubre el deseo. Pero el discurso, dirá Foucault, es además el objeto del deseo. El discurso no es sencillamente el campo de batalla en el cual se despliegan las luchas o los sistemas de dominación. El discurso es aquello por lo qué y por medio de lo cual se lucha. En realidad, el discurso es aquello de lo que queremos adueñarnos.

Entonces, siguiendo a Foucault, nos preguntamos con él: *“Pero por qué es tan peligroso el hecho de que las gentes hablen y sus discursos proliferen indefinidamente ¿En dónde está tanto peligro?”*[\[14\]](#). Para Foucault es evidente que *“en toda sociedad, el discurso, es a la vez controlado, seleccionado y redistribuido por un cierto número de procedimientos que tienen por función conjurar los poderes y peligros, dominar el acontecimiento aleatorio y esquivar su pesada y temible materialidad”*. Dos elementos importantes: el discurso prolifera aleatoriamente y el discurso posee una materialidad. En todo grupo, organización o comunidad que se someta a un proceso de diagnóstico, se observarán ciertos imaginarios instituidos. Es importante que entendamos que estos sentidos instituidos se constituyeron como tales gracias a ciertas condiciones de posibilidad

- es decir que no son verdades naturalmente dadas - y garantizan su supervivencia mediante procedimientos de exclusión discursiva.

Existe una relación de determinación e influencia recíproca entre nuestro pensamiento, nuestro lenguaje y nuestro mundo. El diagnóstico como estrategia de producción colectiva de conocimiento, confronta los juicios personales con los juicios de otros miembros del grupo o del equipo planificador. Quien intenta conocer, cuando encuentra algo que no es incluíble en los conceptos que ya tiene respecto de lo que ve, se encuentra con la obligación de volver sobre sí mismo. Esta vuelta reflexiva sobre sí mismo y sobre la situación, provoca la revisión de los conceptos para adecuarlos a la comprensión de una nueva realidad, una nueva realidad que se construye a partir de los elementos novedosos que introducen otras miradas, otras personas.

Es decir que, por imperio del carácter dialéctico de la experiencia, se produce como consecuencia la transformación no sólo del objeto que es la realidad, sino del sujeto de conocimiento también pues este se modifica y enriquece su propio ser.

Entonces, cuando caracterizamos al diagnóstico como un proceso educativo y de re-distribución del poder, estamos hablando de que a mayor capacidad de diálogo, discusión y consenso dentro de un grupo, mayor capacidad de sus miembros de enriquecerse como personas, enriquecer sus miradas y ampliar sus márgenes de acción. El diagnóstico ofrece nuevos datos sobre la realidad misma pero además incluye en la formulación de la situación deseada y de las estrategias para alcanzarla, las miradas, las opiniones y, por lo tanto, la apreciación que tienen de la realidad una multiplicidad de actores. De esta manera el discurso mismo se democratiza y por esta vía el diagnóstico contribuye a profundizar los niveles de participación. A mayor nivel de participación mayor democratización del poder.

5.3.- Distintos tipos de diagnóstico según el nivel de participación de los actores.

¿Qué tipos de diagnósticos tenemos en función del grado de participación de los miembros de la comunidad u organización?

Daniel Prieto Castillo dice en su libro "Diagnóstico de comunicación" que *"todo ser humano tiene conocimientos válidos para enfrentar la situación que le toca vivir. En ese sentido, nadie es totalmente ignorante, hay una sabiduría de la vida"*

cotidiana, producto de acumulación de experiencias de la confrontación con las condiciones de existencia, sabiduría algunas veces más válida que las propuestas teóricas. Pero ello no es suficiente para enfrentar todo. En este sentido, la gente sabe y no sabe, está preparada para algunas situaciones y carece de la información y experiencias necesarias para enfrentar otras”.[\[15\]](#)

Cuando un grupo de especialistas, convocados por una organización para realizar un diagnóstico y planificación comunicacional no toman en cuenta el aspecto mencionado en el párrafo anterior, las personas de la organización o de la comunidad se presentan únicamente como objetos de análisis. Todo se hace desde fuera de ella, alguien recoge datos que le pertenecen, los evalúa y saca conclusiones sin su participación. Los propios interesados sólo son integrados para dar información, y muchas veces ni siquiera saben para qué se les pide tal o cual dato, ya sea porque nadie se los explica o porque directamente se les miente. Este es un diagnóstico pasivo.

El caso exactamente opuesto es aquel en que la gente participa ampliamente del diagnóstico y de la planificación. A mayor participación de los actores mayor eficacia en el resultado del diagnóstico y la planificación. Por eso lo ideal es que el diagnóstico sea una tarea lo más participativa posible en la que el investigador y los integrantes de la organización compartan responsabilidades en la determinación de los problemas y potencialidades comunicacionales que caracterizan a la misma. Sin embargo, esto no es siempre posible. No siempre están dadas las condiciones materiales y políticas para su cumplimiento ideal aunque, como es obvio, siempre debe tenderse a ello. Respecto de la participación tomaremos algunas ideas de “Turbulencia y planificación social” de Mario Robirosa y otros[\[16\]](#). En ese trabajo los autores comentan que en numerosos proyectos sociales es postulada hoy la participación de la población como una característica dominante aunque sólo sea en forma declamativa. “Participar significa tomar parte de algo con otros, significa repartir o entrar activamente en la distribución. Por la complejidad de la participación, ella debe ser analizada con relación a la cantidad de actores que participan, niveles, campos posibles y grados de la misma.” [\[17\]](#)

En otras palabras debemos preguntarnos: ¿Cuál es la participación adecuada, la ideal y la viable? No es lo mismo participar en la definición de objetivos, en la determinación de un problema, en la ejecución de las actividades que otros decidieron o en la etapa final de la evaluación cuando ya todo está hecho. Una definición de participación integra los siguientes aspectos:

- formar parte, en el sentido de pertenecer, ser integrante
- tener parte, en el desempeño de acciones adaptativas,
- tomar parte, entendido como influir a partir de la acción.

Los autores agregan mayor complejidad a la discusión en torno a la participación incorporando una diferenciación entre acción individual y colectiva. En la segunda, la presencia simultánea de personas implica comportamientos que se influyen mutuamente. En este caso, la participación debe tener un componente de organización y se orienta por decisiones colectivas. La acción colectiva supone dos elementos:

- a) Un conjunto de reglas que determina la participación en el proceso de decisión y
- b) una regla de agregación de las decisiones individuales que concurren a la formación de la voluntad colectiva.

Finalmente existen tres niveles de participación:

a) **información:** debe ser la necesaria en calidad y cantidad y la población tiene que estar en condiciones de evaluar la información que maneja.

b) **opinión:** corresponde a un nivel más complejo de participación en la cual los participantes pueden emitir opiniones sobre asuntos; supone un nivel de participación más amplio que la informativa. El destino de la opinión podrá ser la modificación de decisiones o de acciones. En este último caso la opinión alimentará la certeza de los riesgos a que están expuestos aquellos que deben decidir. La opinión tiene relación con la información en la medida en que esta última sea adecuada y oportuna.

c) **toma de decisiones:** los participantes pueden decidir sobre sus propios asuntos, lo que supone una adecuada y oportuna información, el reconocimiento de acuerdos, diferencias, mecanismos adecuados de discusión y de toma de decisiones.

En un proceso de diagnóstico y planificación ampliamente participativo los actores que integran la organización:

a) reconocen sus problemas y aquellos temas sobre los que consideran que deben intervenir;

- b) disponen de la información necesaria sobre estos aspectos;
- c) se plantean alternativas de interpretación, decisión o acción que luego son intercambiadas y confrontadas para la toma de una decisión;
- d) toman la decisión e inician la planificación de la ejecución;
- e) ejecutan el proyecto;
- f) y finalmente lo evalúan.

Una participación de estas características garantiza un consenso general respecto de las conclusiones del diagnóstico y las acciones que se proponen ejecutar. Los diagnósticos y las propuestas de acción se enriquecen notablemente estableciendo una correspondencia con necesidades reales. Además se constituye en un proceso de aprendizaje para todos los miembros, también para el planificador ya que todos ampliamos conocimientos y perfeccionamos competencias. Finalmente también se constituye en un buen camino para superar de alguna manera la falta de comunicación entre los miembros de una comunidad o una organización.

Ahora bien, ¿quién determina la cantidad de actores que participan, los niveles, campos posibles y grados de la participación?

Ciertamente es un proceso complejo que no determina únicamente el planificador. Este no está sólo determinado por la voluntad política de los miembros de la organización con poder de decisión. Está asociado a las características de la organización, a la cantidad de actores involucrados. También está asociado a las actitudes valores y creencias de las personas, a las relaciones de poder y autoridad de la organización, a las formas de organización y coordinación de las tareas que tiene la organización. Todo esto influye en el grado de participación posible. Nuestra opinión es que el planificador debe propiciar un proceso lo más participativo posible teniendo en cuenta la utilidad, viabilidad y factibilidad de dicha participación.

Algunos de los aspectos que mencionamos en el párrafo anterior son los que determinan si la organización es democrática o autoritaria. En la experiencia es difícil encontrarse con organizaciones absolutamente autoritarias o absolutamente democráticas. A efectos de nuestra perspectiva debemos tener en cuenta que además de causas económicas, de recursos tecnológicos, de diferencia de

fuerzas, la dominación se funda también en la concentración de la información. Los que dominan no sólo toman decisiones sino que además saben más que aquellos a los que dominan. Desde este punto de vista, depende de en manos de quién esté la información cómo esto incidirá en las relaciones de poder.

Un diagnóstico ampliamente participativo, al redistribuir la información disponible, se constituye en un proceso de democratización y desarrollo de la organización.

6.4.- Tipos de diagnóstico según el tipo de relaciones de comunicación privilegiadas en el análisis.

Un diagnóstico también varía en función de los aspectos que privilegia en el análisis. Esto más allá del grado de participación de los miembros de la comunidad o de la organización.

- a) Diagnósticos que privilegian las relaciones de comunicación interna.
- b) Diagnósticos que privilegian las relaciones de comunicación externa: interinstitucional, de medios, de destinatarios o interlocutores de la organización.

a. De comunicación interna: Este diagnóstico privilegia en el análisis las relaciones de comunicación interna que establece la organización. Un planificador abocado a este tipo de diagnóstico deberá trabajar algunos de estos temas:

1. Identificación de actores más vinculados a la comunicación dentro de la institución. Por ejemplo en una institución educativa a los investigadores, a los extensionistas, a los educadores, las personas de atender a los destinatarios, entre otros.
2. Análisis de la percepción de su tarea, de su imagen de la institución, de la percepción de los otros miembros de la institución y de los interlocutores.
3. Identificación y análisis de las relaciones entre los distintos grupos que conforman la institución.
4. Análisis y evaluación de las situaciones de comunicación: espacios, momentos comunicacionales.
5. Análisis de los mensajes que produce la institución en su contenido y forma.
6. Evaluación de los flujos y recursos comunicacionales de la institución: el tratamiento diferenciado de la información según los destinatarios.

Para ello el planificador deberá leer documentos, observar, realizar cuestionarios, hacer entrevistas individuales y grupales, talleres de reflexión. También puede efectuar el seguimiento y la observación de un grupo de la institución a lo largo de toda una jornada de trabajo, análisis discursivo de mensajes, analizar redes, analizar el organigrama y sociograma, etc.

b. De comunicación externa: Son los diagnósticos que privilegian en el análisis las relaciones de comunicación con el afuera; comprenden los aspectos citados en el punto anterior aunque referidos a otras instituciones cuando se trata de diagnósticos interinstitucionales.

Los diagnósticos de comunicación externa se pueden subdividir, a su vez, en diagnósticos de medios y de interlocutores:

1. De medios: La centralidad de la massmediación y la importancia que esto tiene para todo tipo de organizaciones sean estatales, privadas o privadas con fines públicos es un dato con el convivimos en nuestra vida cotidiana. Sin embargo, son pocos aquellos casos en los que la organización ha diseñado una estrategia para lograr una permanencia en los medios de comunicación o para colocar en la agenda pública sus problemáticas de interés aunque todas lo reconocen como una necesidad. Aquí el planificador debe incorporar conocimientos sobre los lenguajes, los contenidos, los temas que se privilegian y el protagonismo actual de la massmediación en la configuración de la percepción que los sujetos tienen de su contexto. Pero de esto ya hemos hablado anteriormente. Ahora veamos que otras tareas específicas realiza el planificador en un diagnóstico de estas características.

1.1. En primer lugar identifica aquellos medios significativos para los interlocutores de la organización.

1.2. Releva la cobertura de los medios de la zona y frecuencia de uso por la gente.

1.3. Efectúa un análisis general de las secciones y de la programación, especialmente de aquellos que hacen referencia al tema de interés de la organización.

Para llevar adelante estos objetivos el planificador deberá realizar investigación documental, visitar medios de comunicación, hacer entrevistas, encuestar a los

receptores o audiencias, analizar discursivamente la programación, utilizar recursos para análisis semióticos, etc.

2) De interlocutores: Otro diagnóstico de comunicación externa es el de interlocutores o destinatarios, también conocido como diagnóstico comunitario. Este tipo de diagnóstico ha sido sometido a crítica incluso por aquellos que se abocaron a este tipo de análisis. En general el objetivo de este tipo era conocer y respetar la percepción y la cultura de la gente o de la población objetivo de la institución para luego, a partir de estas conclusiones, definir una estrategia de comunicación institucional.

Durante muchísimo tiempo fue tal la importancia que se le otorgó al conocimiento de la gente y su cultura que se desatendieron aspectos vinculados a la selección de los medios y los lenguajes o al diseño de estrategias. Todo parecía resolverse si el grupo opinaba, sacaba conclusiones y tomaba conciencia de alguna problemática. Hoy el diagnóstico comunitario no ha perdido validez pero se entiende que se debe conocer y respetar la cultura y percepción de la gente siempre en vistas a los propósitos comunicacionales de la institución o comunidad que nos convoca. Para ello es necesario que el planificador:

1. Caracterice las situaciones de comunicación.
2. Delimite el problema o el tema que la organización quiere comunicar.
3. Identifique los actores sociales que están vinculados con ese tema o problema.
4. Conozca la percepción que estos tienen del tema o problema en la actualidad y a futuro. Qué saben qué no saben. Cómo lo perciben.
5. Identifique cuales son las propuestas de los actores en relación con esa problemática.
6. Cómo creen que se les comunica en la actualidad, cómo lo comunicarán ellos, como lo solucionarían, etc.
7. Finalmente investigar cuáles son las expectativas de los interlocutores en cuanto a los medios, formatos y lenguajes utilizados o posibles.

Como se puede ver aquí hemos tenido en cuenta lo que desea comunicar la institución, la caracterización de los actores y sus percepciones. Sin embargo,

hacia el final aparecen también elementos vinculados al trabajo con medios, formatos y lenguajes.

6.- Esquema general del diagnóstico de comunicación:

DIAGNOSTICO

Marco Teórico de Comunicación

Marco Metodológico

Pre-Diagnóstico

Objetivo General

Obj. Específicos

Obj. Específicos

Obj. Específicos

Realidad Comunicacional

Problemas y Potencialidades

Causas Profundas

Causas Superficiales

Tendencias

Líneas de Acción

PLANIFICACIÓN

- [1] PRIETO CASTILLO, Daniel; La comunicación en la educación, Ediciones CICCUS-La Crujía, Buenos Aires, 1999, pág. 81.
- [2] Rubén Pardo; “El giro hermenéutico en las ciencias sociales” en “La ciencia y el imaginario social” Esther Díaz (compiladora) Ed. Biblos, Buenos Aires, 1996.
- [3] Díaz, Esther; “Un nuevo Kantismo.Foucault” en La ciencia y el imaginario social, Bs.As., Biblos, 1996.
- [4] Idem pág. 81
- [5] PRIETO CASTILO, Daniel; Diagnóstico de la comunicación, CIESPAL, Quito, 1990, pág. 311
- [6] Idem
- [7] Ver NAJMANOVICH, Denise, El lenguaje de los vínculos. De la independencia absoluta a la autonomía relativa., en DABAS, Elina y NAJMANOVICH, Denise (compiladoras), Redes. El lenguaje de los vínculos, Paidós, Buenos Aires, 1995, págs. 33 a 76
- [8] OLAECHEA, Jorge; El libro en el ecosistema de la comunicación cultural, Fund. G. Sánchez Ruiperrez & Edic. Pirámide, Madrid, 1986, pág. 16
- [9] NAJMANOVICH, Denise; ob. cit. pág. 65
- [10] ver OROZCO GÓMEZ, Guillermo; Al rescate de los medios, Univ. Iberoamericana, México, 1994, págs. 98 y ss.
- [11] GARCIA GARZA, José Luis; Los comunicólogos: de intermediarios a mediadores, en OROZCO GOMEZ, Guillermo (coordinador), La comunicación desde las prácticas sociales. Reflexiones en torno a su investigación. Univ. Iberoamericana, México, 1990, pág. 62
- [12] MATA, María Cristina; Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva, CCE La Crujía, Buenos Aires, 1994, pág. 18
- [13] FOUCAULT, Michel; El orden del discurso, Cuadernos Marginales Nro. 36, Buenos Aires, Tusquets Editores, 1992, pág. 9
- [14] ibidem pág 11.
- [15] PRIETO CASTILLO, Daniel; Diagnóstico de la comunicación, CIESPAL, Quito, 1990, pág. 54
- [16] ROBIROSA, Mario y otros; Turbulencia y planificación social. Lineamientos metodológicos de gestión de proyectos sociales desde el Estado. UNICEF-Siglo XXI de España Editores, Buenos Aires, 1990
- [17] idem, pág. 18.