



# PID UNR Comunicación Estratégica: indicadores comunicacionales en dimensiones múltiples

## Un sistema de medición comunicacional mediante una plataforma *online*

Massoni, S.<sup>1</sup>; Piola, M.<sup>1</sup>; Mascotti, M.<sup>1</sup>; Spagnolo, J.<sup>2</sup>; Margherit, L.<sup>2</sup>; Bussi, M.<sup>1</sup>

(1) Maestría en Comunicación Estratégica. Facultad de Ciencia Política y RRII. Universidad Nacional de Rosario. (2) INTA, Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria

### INTRODUCCIÓN

El proyecto de investigación PID Comunicación estratégica: indicadores comunicacionales en dimensiones múltiples, desarrolla instrumentos metodológicos que permiten valorar analíticamente estado y transformaciones de los procesos comunicacionales en el entorno de Estrategias de comunicación como dispositivos de Investigación Enactiva en Comunicación.

### MARCO TEÓRICO Y METODOLOGÍA

El proyecto investiga la dimensión comunicacional en las políticas públicas y en las organizaciones desde la metaperspectiva teórica y metodológica de la Escuela de Comunicación Estratégica de Rosario. Las Estrategias de comunicación son dispositivos de conversación micro-macro social especializados en el análisis y la operación del encuentro en la diversidad. Son algoritmos fluidos, mapas dinámicos de las reconfiguraciones que se van desplegando en los territorios a partir de las metodologías, técnicas y herramientas propias de la Comunicación Estratégica Enactiva (Massoni, 2013). El diseño de estrategias de comunicación propone a la Investigación Enactiva en Comunicación (IEC) como definición de su posición metodológica.

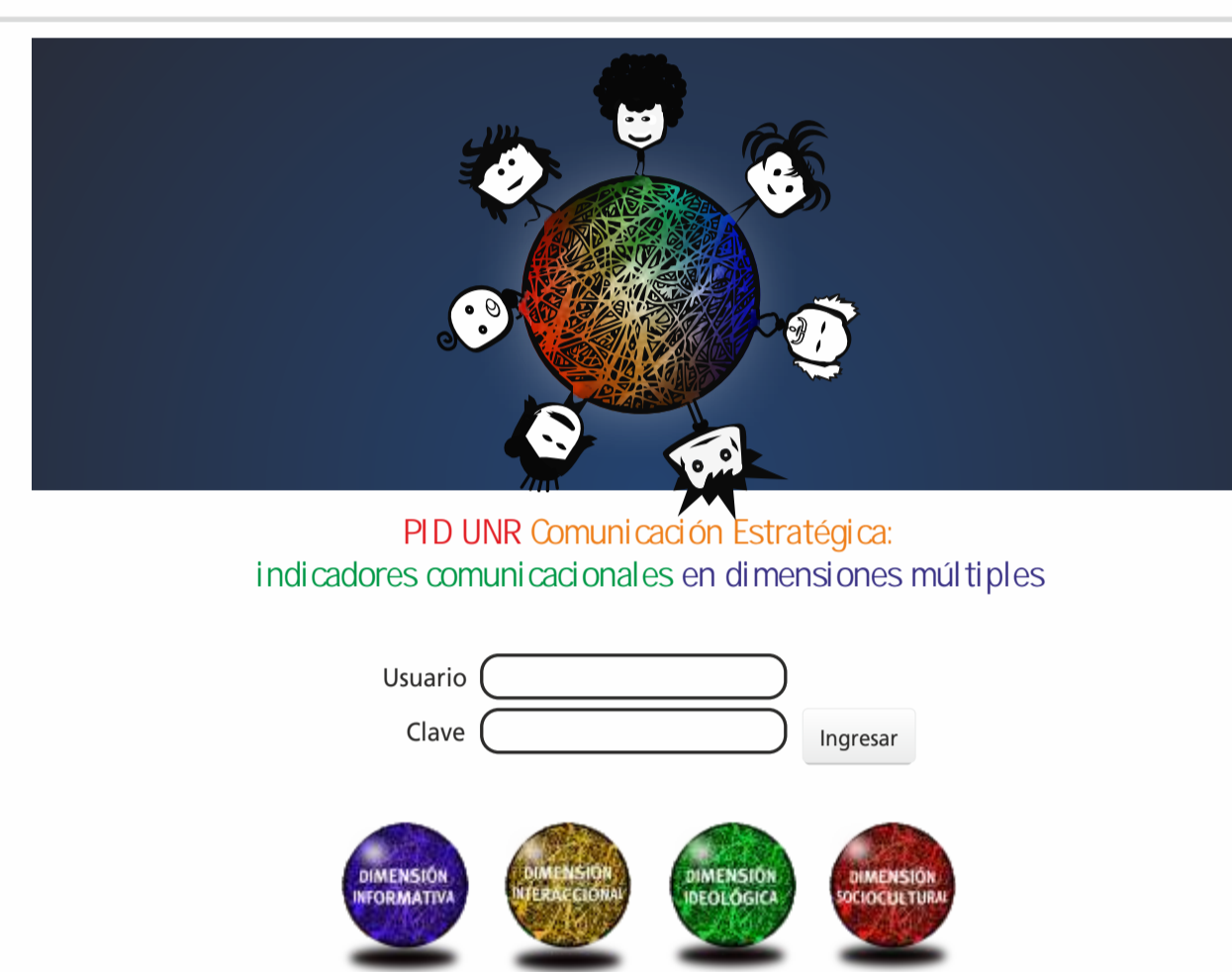
Las técnicas que se aplican en la matriz de datos de esta investigación son: Versión Técnica Comunicacional (VTC), Matrices socioculturales (MS), Análisis y prescripción mediante Marcas de racionalidad comunicacional (MRC), Árbol de Soluciones (AS), Plan Operativo (PO).

El proyecto se enfoca en rebasar la situación habitual del medir sólo productos de comunicación en las organizaciones, aportando un sistema innovador de registro y monitoreo, operativo mediante una plataforma digital que permite valorar en línea el estado, avances e impacto de los procesos comunicacionales considerando la multidimensionalidad del fenómeno en cada territorio.

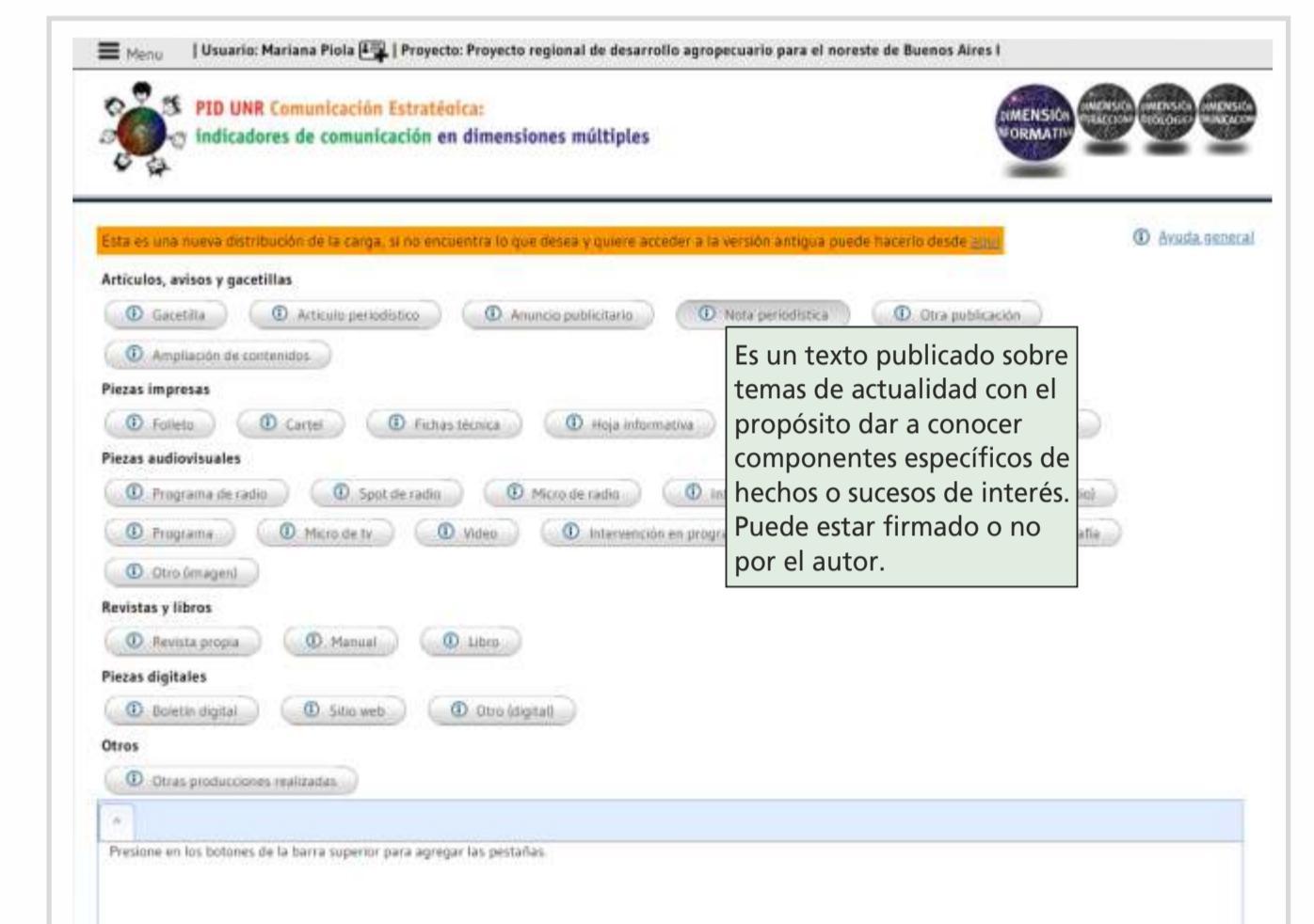
### RESULTADOS

- Desarrollo de una "Tipología de indicadores de la dimensión informativa". Definición y validación de 30 indicadores clasificados.
- Desarrollo de una "Tipología de indicadores de la dimensión interaccional". Definición y validación de 20 indicadores.
- Desarrollo de una "Tipología de indicadores de la dimensión ideológica". Definición y validación de 3 indicadores.
- Diseño de una plataforma *online* para seguimiento y evaluación de estrategias comunicacionales en dimensiones múltiples.
- Disponibilización de la plataforma *online* para el registro, seguimiento y evaluación de estrategias comunicacionales en las dimensiones informativa, interaccional e ideológica.
- Desarrollo de informes de visualización de las variables de interés en cada proyecto cargado en el sistema.
- Aplicación en 8 proyectos caso de organizaciones públicas y no gubernamentales de distinta escala.

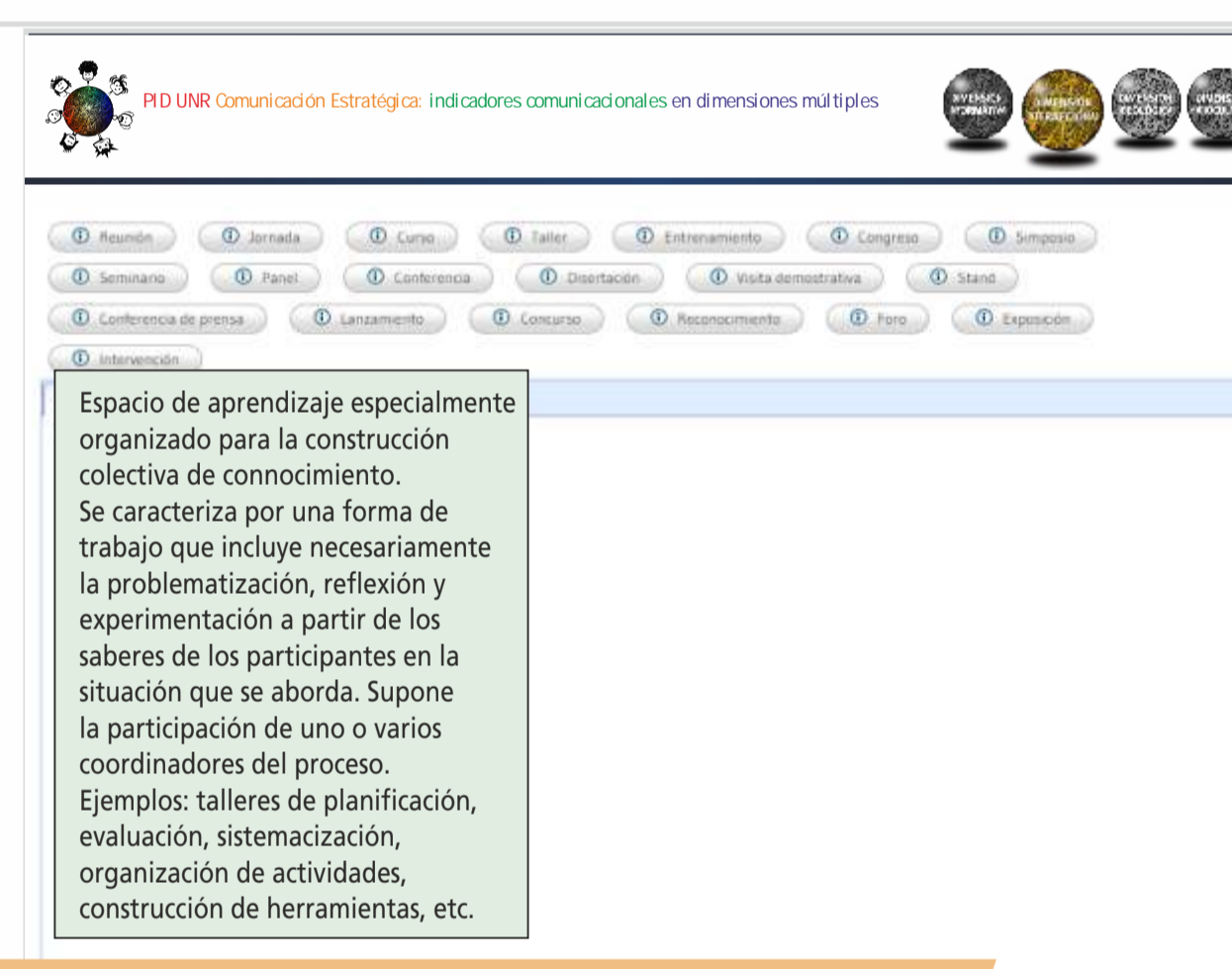
### RESULTADOS



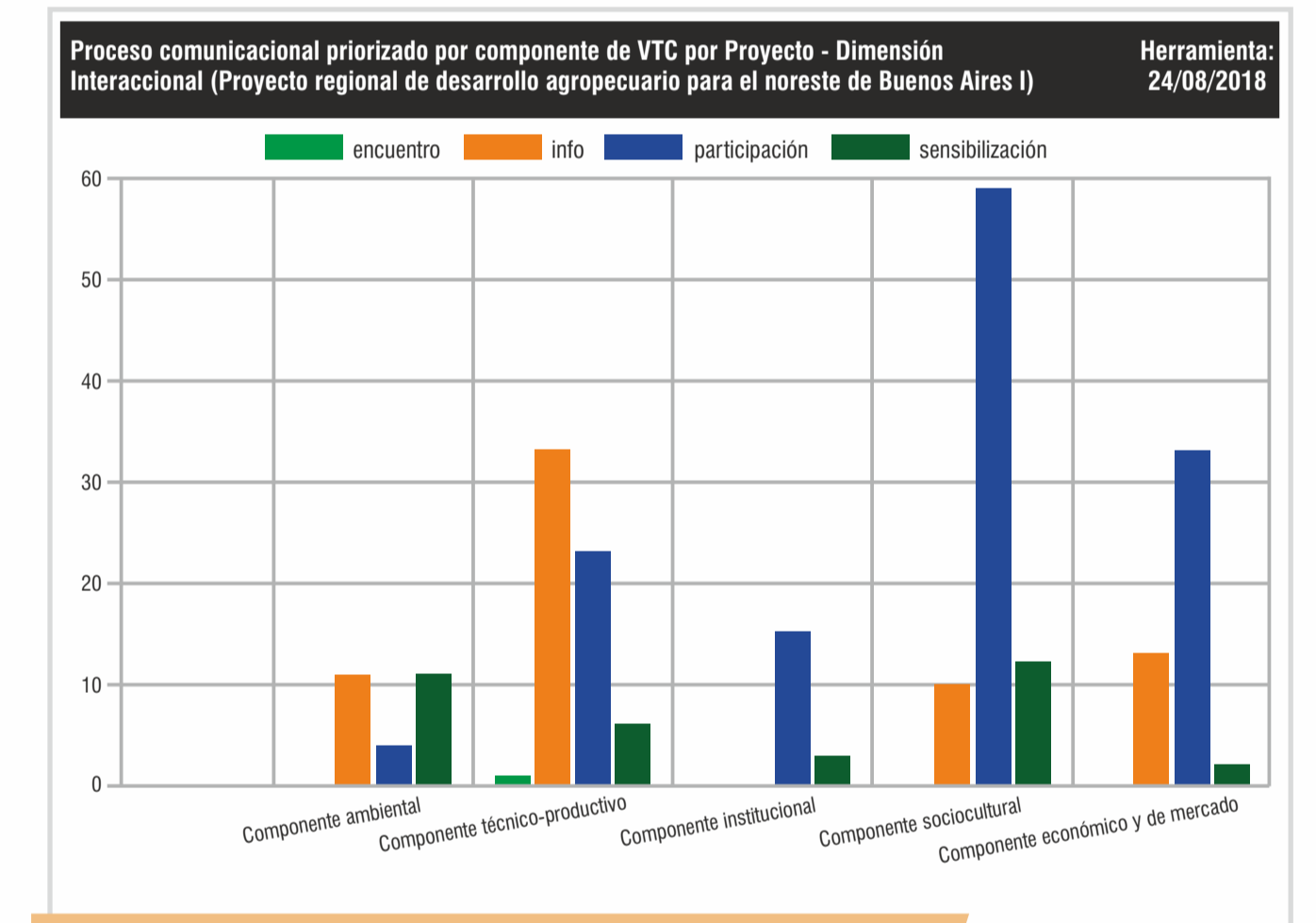
● Pantalla que permite acceder a las dimensiones de la comunicación para la carga u observación de indicadores.



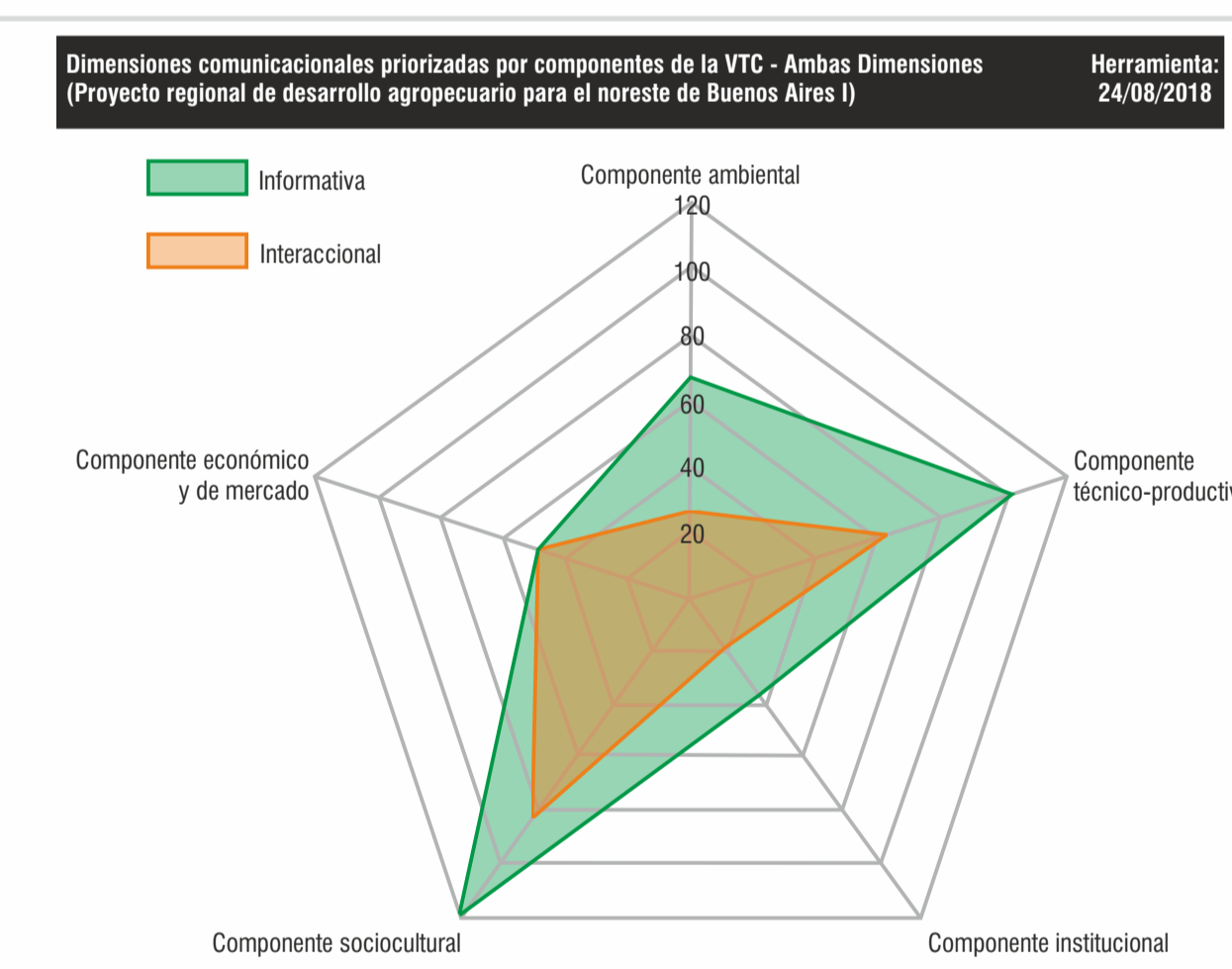
● Pantalla de carga. Dimensión informativa. Nota periodística.



● Pantalla de carga. Dimensión Interaccional. Taller.



● Eventos de la dimensión interaccional, agrupados según procesos comunicacionales.



● Dimensiones comunicacionales por componente de la VTC sobre las cuales se registra actividad en el proyecto.

Tipologías de indicadores comunicacionales en dimensiones múltiples	Grado de avance del proyecto		
	Dimensión informativa	Dimensión interaccional	Dimensión ideológica
Validación de las tipologías	●	●	●
Maquetación de la plataforma online	●	●	●
Desarrollo de la plataforma online	●	●	●
Definición de tipos de informe	●	●	●
Aplicación a casos	●	●	●
Manuales de uso	●	●	●

### CONCLUSIONES

Medir los procesos comunicacionales en su multidimensionalidad contribuye a:

- Visualizar el aporte de la comunicación en los proyectos desde una perspectiva compleja y fluida.
- Establecer priorizaciones de las acciones comunicacionales ya realizadas.
- Reconocer espacios y procesos comunicacionales en los que es necesario trabajar con cada matriz sociocultural y en cada aspecto de la problemática.
- Desplegar estrategias comunicacionales como algoritmos fluidos.