

Colección **Comunicación**

Directora  
*Sandra Massoni*

# Metodologías de la comunicación estratégica

Del inventario al encuentro sociocultural

---

Sandra Massoni



Massoni, Sandra

Metodologías de la comunicación estratégica: del inventario al encuentro sociocultural  
- 1a ed. - Rosario: Homo Sapiens Ediciones; Facultad de Ciencia Política - UNR,  
Argentina y Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México, 2013.

194 p. ; 23x16cm. - (Comunicación)

ISBN 978-950-808-816-1

1. Comunicación. I. Título.  
CDD 302.2



FACULTAD DE CIENCIA POLÍTICA  
Y RELACIONES INTERNACIONALES



Maestría en  
Comunicación  
Estratégica



Especialización en  
Comunicación  
Ambiental



Este libro se realiza en el marco del convenio académico de coedición entre la BUAP y la UNR a través de la *Maestría en Comunicación Estratégica* y la *Especialización en Comunicación Ambiental* en articulación con Homo Sapiens Ediciones.

© 2013 · **Homo Sapiens Ediciones**

Sarmiento 825 (S2000CMM) Rosario | Santa Fe | Argentina

Telefax: 54 341 4406 892 | 4253852

**E-mail:** editorial@homosapiens.com.ar

**Página Web:** www.homosapiens.com.ar

Queda hecho el depósito que establece la ley 11.723.

Prohibida su reproducción total o parcial.

ISBN N° 978-950-808-816-1

Diseño de interior: Alejandro Bussi

Corrección de textos: Mercedes Pesoa - Ari Bussi

Esta tirada de 1500 ejemplares se terminó de imprimir en Junio de 2013

en **talleres gráficos de la UNR** | Urquiza 2050 | Tel: 341 4470053 | E-mail:

info-editora@unr.edu.ar

2000 Rosario | Santa Fe | Argentina

*A los colegas comunicadores  
de la Escuela de Comunicación Estratégica de Rosario  
y a los alumnos de mis seminarios de posgrado,  
porque juntos supimos que, cuando hay entusiasmo, se crece  
(en-tu-Zeus en griego es en tu dios)  
y que la innovación sólo es posible desde la alegría.*

*Hemos sentido ese estado al transitar diferentes saltos evolutivos en los  
proyectos de investigación en comunicación estratégica que desarrollamos.  
No ha sido fácil. No ha sido siempre luminoso, pero la alegría fue suficiente  
como para dar continuidad a este despliegue teórico metodológico  
durante 28 años.*

*Lo disfrutamos, nos entusiasmó transitar, crecer y aportar  
lo que pudimos para crear una exploración otra de la comunicación desde  
los nuevos paradigmas. Queremos más.*

*¡Siempre en viaje!  
Dicen que algunos viajan para llegar; otros solo lo hacemos para ir.*



# Índice

• Introducción .....	13
• Investigación comunicacional enactiva .....	15
• Estrategias comunicacionales como dispositivos .....	17
• Componentes metodológicos del modelo de la Escuela de Comunicación Estratégica de Rosario .....	18
• ¿A qué llamamos estrategia de comunicación? .....	18
• Diferencias entre la metaperspectiva de la comunicación estratégica y los diagnósticos tradicionales de comunicación .....	21
• Algunos libros y artículos de referencia .....	23
• Los 7 pasos de la investigación enactiva. Actividades y esquema de etapas en el modelo de comunicación estratégica de la Escuela de Rosario .....	25
Guía general de consideraciones y recomendaciones para la implementación de estrategias comunicacionales en proyectos o áreas .....	26
1. Definición de la <i>Versión Técnica Comunicacional</i> (VTC) .....	28
Guía para la definición concertada de una <i>Versión Técnica Comunicacional</i> en proyectos o áreas de trabajo organizacional .....	30
2. Análisis y prescripción mediante <i>Marcas de racionalidad comunicacional</i> .....	63

3. Reconocimiento y jerarquización de los actores vinculados a cada componente del problema comunicacional ....	79
Guía para el reconocimiento y jerarquización de actores .....	80
4. Caracterización de <i>Matrices socioculturales</i> en torno al problema .....	83
Guía de reconocimiento de <i>Matrices socioculturales</i> y construcción del Árbol de soluciones de la <i>Estrategia Comunicacional</i> .....	84
Guía para enriquecer la caracterización de matrices socioculturales .....	86
5. Árbol de soluciones .....	95
Guía para el despliegue del árbol de soluciones .....	96
6. Investigación de campo .....	100
7. Diseño del <i>Plan Operativo Inicial</i> de la <i>Estrategia Comunicacional</i> .....	159
Guía para la redacción de proyectos de investigación comunicacional enactiva: Diseño de estrategias comunicacionales .....	173
• Metodología de comunicación estratégica. Dimensiones, procesos comunicacionales y competencias del comunicador social .....	178
• Matrices de datos de investigación enactiva e instrumentos metodológicos específicos de la comunicación estratégica .....	180
• Cómo se determinan las muestras en un proyecto de investigación enactiva en comunicación .....	180
• Diseño muestral y tipos de muestra .....	182



- Algunos instrumentos metodológicos típicos en proyectos de comunicación estratégica ..... 182
- Test de la fotoproblema ..... 183
- Test de Modos y Formas de Comunicación ..... 184
- Test de Jerarquía de Actores y Competencias ..... 184
- Test de Transposición Temporal ..... 185
- Aporte de los instrumentos de la matriz de datos de investigación enactiva. Su articulación en el *Plan operativo de la Estrategia Comunicacional* ..... 186
- Proyectos de investigación en comunicación estratégica acreditados en organismos nacionales e internacionales de ciencia y técnica en los que se ha aplicado la metodología de investigación en comunicación que se desarrolla en este libro ..... 187
- Comunicación estratégica::comunicación para la innovación. Habitar la comunicación a las orillas de otra ciencia y otra profesión .... 190
- Referencias bibliográficas ..... 191

## Recomendaciones

- Despliegue de la VTC solo o en equipo ..... 41
- Recomendaciones generales para ajustar la VTC ..... 62
- Reconocimiento de matrices ..... 86
- Recomendaciones generales para matrices socioculturales ..... 94
- Expectativas, intereses, necesidades ..... 95
- Ejes y Tonos de la estrategia comunicacional ..... 159

## Destacados

• Versión Técnica Comunicacional .....	29
• Lo comunicativo y lo comunicacional .....	35
• Autodispositivos colectivos .....	66
• Marcas de Racionalidad Comunicacional .....	78
• Matriz Sociocultural .....	83
• Matrices Socioculturales: el sentido enactuado .....	89
• Estrategia de comunicación .....	100
• Modalidad del vínculo con el problema .....	103
• Antecedentes científicos de la comunicación estratégica .....	136
• Estrategias como mapas .....	158
• Investigación enactiva en comunicación .....	163
• La comunicación estratégica como proyecto de cambio social conversacional .....	169
• Comunicación estratégica .....	172
• Investigar lo fluido .....	179
• El objeto de estudio de la investigación en comunicación .....	181
• Especificidad del comunicador social .....	189

## Casos en los que se ha aplicado esta metodología que se incluyen en este libro

• Diseño de Estrategia Comunicacional para Superintendencia Nacional de Bancos - <i>Ruth Szvarc</i> .....	32
• Diseño de Estrategia Comunicacional para Secretaría de Ambiente Municipal - <i>Coordinación de la investigación: Sandra Massoni</i> .....	38
• Diseño de la Estrategia Comunicacional para el Plan	

Estratégico Apícola Nacional - <i>Coordinadoras del equipo de investigación: Sandra Massoni, Luciana Margherit</i> .....	42
• Diseño de Estrategia Comunicacional para proyecto de salud bucal - <i>Ana Alessio</i> .....	67
• Reconocimiento de Marcas de racionalidad comunicacional en una pagina web institucional. Colegio de Profesionales - <i>Trabajo grupal Maestría en Comunicación Estratégica, cohorte 2011</i> .....	70
• Diseño de Estrategia Comunicacional para área educativa escolar <i>Mirian Caraballo</i> .....	71
• Diseño de Estrategia Comunicacional para Cooperativa Vitivinifrutícola - <i>Alejandra Gordillo</i> .....	81
• Diseño de la Estrategia Comunicacional para la Facultad Regional Santa Fe de la Universidad Tecnológica Nacional <i>Patricia Lucía Zoppetto</i> .....	87
• Diseño de la Estrategia Comunicacional para Plan Provincial de Lectura en la Escuela - <i>William Rosso</i> .....	90
• Diseño de Estrategia Comunicacional para Superintendencia Nacional de Bancos - <i>Ruth Szvarc</i> .....	97
• Diseño de Estrategia Comunicacional para el rediseño de la identidad corporativa de un instituto nacional de ciencia y tecnología. <i>Coordinación: Sandra Massoni, Mariana Mascotti, Gabriela Larreteguy</i> .....	101
• Diseño de Estrategia Comunicacional para Proyecto Nacional de lechería. <i>Coordinadoras: Sandra Massoni - Mariana Mascotti</i> .....	104
• Diseño de Estrategia Comunicacional para Superintendencia Nacional de Bancos - <i>Ruth Szvarc</i> .....	160
• Plan operativo inicial para Proyecto lechería bovina <i>Mariana Mascotti, Javier Spagnolo</i> .....	164

