



ORGANIZAN:

“COMUNICAR ES TRANSFORMAR”

VII JORNADAS DE COMUNICACIÓN PARA ORGANIZACIONES SOCIALES

¿Qué hacer con la comunicación: Sobrevivir o Incidir?

Asociación Civil COMUNIA, Consejo Publicitario Argentino, Fundación La Nación, Fundación FOC y Publicitarios sin Fronteras, nos encontramos organizando las VII Jornadas de Comunicación para el Sector Social.

Objetivo de las Jornadas

- Generar un espacio de debate y reflexión sobre la comunicación como estrategia para la transformación social.
- Brindar herramientas acerca de la potencialidad de la comunicación para instalar temáticas sociales, incidir en las agendas públicas y operar positivamente en la transformación social.

El evento está destinado a organizaciones sociales, funcionarios públicos, miembros de fundaciones empresariales y empresas, profesionales y estudiantes que se encuentren interesados en reflexionar, debatir, dialogar y adquirir conocimientos en comunicación como estrategia para el cambio social.

Desarrollo del evento:

La jornada está consiste en un encuentro de un día que estará estructurado en tres momentos: Un espacio de plenaria con disertaciones y debate de personalidades reconocidas del mundo de la comunicación, de las organizaciones sociales, del ámbito privado y del sector gubernamental. Un segundo momento en el que se desarrollarán diversos casos y experiencias exitosas de comunicación de OSC como estrategia para el cambio social. Por último, un tercer momento, en el que se realizarán talleres de capacitación donde se abordarán temáticas específicas de la comunicación a cargo las OSC organizadoras junto con otras organizaciones invitadas.

Informes e inscripción COMUNIA Asociación Civil:
De lunes a viernes de 12 a 18 hs. Tel./Fax: 4931-2286
E-mail: info@comunia.org.ar - Web: www.comunia.org.ar



Fecha: La jornada se desarrollará el día miércoles 23 de septiembre de 08:30 a 18:00 hrs.

Lugar: Auditorio "Juan Pablo II" de la Universidad Católica Argentina, Alicia. M. de Justo 1600.

Programa de la Jornadas

- 08:30 a 09:00 - **Acreditaciones.**
- 09:00 a 11:00 hrs. – **Plenaria.**
- 11:00 a 11:30 hrs. – **Coffee Break.**
- 11:30 a 12:30 hrs. – **Casos y experiencias de comunicación.**
- 12:30 a 13:30 hrs. – **Almuerzo Libre.**
- 13:30 a 15:00 hrs. – **1º Ronda de Talleres en simultánea.**
- 15.00 a 15:30 hrs. – **Coffee Break.**
- 15:30 a 17:00 hrs. – **2º Ronda de Talleres en simultánea.**
- 17:00 a 17:45 hrs. – **Dinámica de cierre y conclusiones.**
- 17:45 a 18:00 hrs. – **Palabras de despedida e invitación para el próximo año.**



Panelistas

Lic. Daniel Arroyo

Licenciado en Ciencia Política, UBA. Posgrado en Control y Gestión de Políticas Públicas, FLACSO. Se desarrolló como Viceministro de Desarrollo Social de la Nación - Secretario de Políticas Sociales y Desarrollo Humano hasta el año 2007; ese mismo año asumió como Ministro de Desarrollo Humano de la Provincia de Buenos Aires. Es Profesor Titular en: Universidad de Belgrano; Universidad de Buenos Aires; Universidad Nacional de La Plata y en la Universidad Nacional de San Martín; y autor de varias publicaciones.

Gustavo Gioseffi

Educador, tiene 40 años y 2 hijos. Desde los 16 años participa en organizaciones y redes sociales dedicadas a la educación. Co-fundó algunas de ellas; el Centro Comunitario Estrella de Belén, en la Villa 31 de Retiro, Inter-Redes en el conurbano bonaerense, la Red por los Derechos de los Jóvenes que hoy coordina y la Asociación Forga, que preside. Fue Secretario Ejecutivo del primer Consejo Consultivo Nacional de Políticas Sociales y trabajó en áreas sociales del Estado, entre ellas, en el Centro Nacional de Organizaciones de la Comunidad –CENOC. Actualmente trabaja en la formación de educadores y referentes de instituciones comunitarias.

Norma Galafassi

Codirectora y Cofundadora de in2action, Fundraising & Comunicación para Organizaciones Sociales. Ha desarrollado entre otras, estrategias, campañas, consultorías, capacitaciones e implementación de campañas integrales para diversas organizaciones en más de 30 países, entre las que se incluyen organizaciones internacionales como la Cruz Roja, WWF, Tearfund, IDRC, OXFAM hasta una gran variedad de organizaciones nacionales. Fue la primera responsable del área de Recaudación de Fondos de UNICEF en la Argentina. Presidenta de AEDROS (Asoc. Argentina de Fundraisers), miembro del Institute of Fundraising (Reino Unido) y parte del Board de The Resource Alliance (Reino Unido).

Oscar García

Docente y coordinador académico de las carreras de Licenciaturas en Organización y Dirección Institucional, y en Dirección de Organizaciones de la Sociedad Civil de la Universidad Nacional de San Martín. Posee extensa trayectoria dentro del sector social en temáticas vinculadas a RSE y Voluntariado, es miembro de IAVE, NEPSO entre otras organizaciones. Además es autor de los libros “Sentido y Práctica del Voluntariado”, “La Pasión de Seguir. Voluntariado Transformador, sin excusas, sin fronteras.”, “La Pelota Cuadrada.

Moderador:

Daniel Yoffe

Director General de Yoffe Castañeda Consultores (www.ycconsultores.com) desde donde brinda asesoría en estrategia de financiamiento a organizaciones internacionales con base en Europa y Estados Unidos, así como instituciones locales en Argentina, Brasil, Chile y México entre otros países de América Latina.

Informes e inscripción COMUNIA Asociación Civil:
De lunes a viernes de 12 a 18 hs. Tel./Fax: 4931-2286
E-mail: info@comunia.org.ar - Web: www.comunia.org.ar



Es Co-Director del programa de Capacitación Ejecutiva en Desarrollo de Recursos en la Universidad de San Andrés. Fue Vicerrector de Desarrollo Institucional de la Universidad de las Américas, Puebla en México. Licenciado en Sociología y Psicología por la UBA.

Casos

WACHAY – SIGNOS DE CAMBIO y PROYECTO 1+1 – María José Bustos

Dos experiencias: los micros Signos de Cambio (en alianza estratégica con Telefón) y el proyecto 1+1, que se realiza en cooperación con los municipios a través de campañas integrales de bien público y cuyo eje esta puesto en la sinergia operativa entre los distintos sectores: la sociedad civil, el Estado y la empresa. En este marco, la comunicación actúa como el aglutinante imprescindible, dando visibilidad a las acciones transformadoras, estimulando su réplica, creando conciencia y actuando como un factor de educación.

UNICEF – CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN – María José Ravalli

A partir de la experiencia de la Campaña por el Derecho a la Educación desarrollada por UNICEF Argentina durante 2008, se presentarán distintas herramientas que integran una estrategia de comunicación integral. Planificación estratégica, generación de alianzas, gestión de espacios, activaciones e incidencia, serán algunas de las temáticas a desarrollar durante el encuentro.

LAS TUNAS – GUIA DEL BUEN CIUDADANO – Patricio Grehan

Poner en manos de los vecinos del barrio Las Tunas una herramienta para el ejercicio ciudadano, comunicando los recursos de que disponemos para ejercer nuestros derechos, conocer nuestros deberes y saber como actuar ante las diferentes circunstancias que debemos atravesar a diario. Dichos recursos muchas veces se encuentran ocultos, otros desperdigados y/o en manos de quienes se aprovechan de un conocimiento que si bien debería ser público ellos han privatizado para beneficio personal.

Talleres

Primera tanda de talleres 13:00 a 15:30 hrs.

1. **El lado social de la publicidad.** A cargo de Oglivy Pro Social.

Las empresas y la sociedad están orientadas a generar acciones que promuevan el bienestar de la comunidad. En este taller exploraremos la importancia de contar con un buen brief para la instalación de valores mediante campañas de comunicación.

Aula 216

2. **Políticas públicas, comunicación e incidencia social.** A cargo de FOC.

Las organizaciones sociales desarrollan prácticas y conocimientos que pueden ser escalables al nivel de políticas municipales, provinciales o nacionales. En este taller trabajaremos canales comunicacionales (pensados en niveles de vinculación) que permiten incidir positivamente en el desarrollo de políticas públicas. Junto a distintos tipos de incidencia y la posibilidad de alcanzar grados de cooperación, sustentables en el tiempo, con el Estado.

Aula 217

3. **Medios gráficos y organizaciones sociales: ¿Cómo acceder, qué promocionar?** A cargo de Fundación La Nación.

Muchas veces las ONG tienen información valiosa sobre sus acciones y no encuentran la manera de llegar a los medios. Herramientas y consejos prácticos para mejorar su comunicación institucional.

Aula 218

4. **El camino del diálogo, una estrategia para fortalecer los procesos de cambio social.** A cargo de Cambio Democrático y Comunia

¿Por qué el diálogo es la principal estrategia de comunicación en las organizaciones sociales? ¿Cómo desarrollar espacios sostenibles en el tiempo?

Aula 219

Talleres

Segunda tanda de talleres 15:30 a 17:00 hrs.

5. **Articulación, el camino de cambio.** A cargo de Consejo Publicitario.

Cuando se lleva adelante un proyecto es necesario articular con diferentes actores para unir voluntades y generar sinergia. En este taller encontrarás la respuesta a cómo lograr hacer un aporte a la comunidad, combinando distintas fuerzas para lograr alcanzar un objetivo en común.

Aula 216

6. **Evaluar para comunicar. ¿Cómo medir los resultados de nuestra gestión y los impactos en la comunidad?** A cargo de FOC.

El objetivo del taller es describir algunas herramientas sencillas para la medición de programas sociales (en especial el marco de desarrollo de base) que expresen resultados tangibles e intangibles. La idea es poder compartir algunas nociones de evaluación que permitan explicar con mayor detalle los impactos y transformaciones que genera el trabajo de las OSCs y cómo transformarlos en productos comunicacionales. La intención es sugerir una segunda mirada acerca de los logros de las OSCs y elaborar una propuesta para comunicar la organización desde este enfoque.

Aula 217

7. **Tendencias y herramientas en la Web 2.0: Cambio de paradigmas.** A cargo de Idealistas.

¿Qué ventajas y desventajas tiene para la organización? ¿Cuál es el nuevo rol del comunicador? ¿Dónde debemos focalizar nuestros esfuerzos? ¿Qué cambios generar en los procesos de comunicación? ¿Qué herramientas ofrece? ¿Por dónde empezar? ¿Qué experiencias exitosas existen? Estas son algunas preguntas que surgen en este cambio de paradigmas.

Aula 218

8. **Planificar la Comunicación en las OSC.** A cargo de Comunia

¿Qué hacer para que la comunicación sea algo más que una herramienta en las organizaciones? ¿Cómo podemos organizar el trabajo de la comunicación en nuestras organizaciones? ¿Cómo propiciar la participación para el cambio social desde la comunicación?

Aula 219



Asociaciones organizadoras

“Comunia Asociación Civil es una OSC dedicada a potenciar a las organizaciones sociales a través de la comunicación estratégica -mediante la consultoría y la capacitación-, promover la responsabilidad social de las empresas interesadas en dicha temática, y desarrollar la investigación de la comunicación aplicada al sector social”.

www.comunia.org.ar

“Consejo Publicitario Argentino es una asociación civil privada, sin fines de lucro, fundada en 1960. Su misión es desarrollar campañas de comunicación sobre los problemas relevantes para la comunidad, y concientizar a cada argentino sobre la importancia de su participación para solucionarlos”.

www.consejopublicitario.org

“La Fundación La Nación tiene como misión promover la cultura solidaria y el compromiso ciudadano frente a los problemas que afectan a la comunidad, dando visibilidad a las propuestas que existen desde distintos sectores de la sociedad para involucrarse y resolverlos. Sus objetivos son generar espacios concretos de participación para que cada persona encuentre la forma más conveniente y efectiva para involucrarse. Dar visibilidad a las organizaciones del sector social brindándoles servicios de comunicación periodística y publicitaria.

Impulsar el trabajo articulado en los distintos sectores de la sociedad”.

www.fundacionlanacion.org.ar

“La Fundación de Organización Comunitaria es una institución, con 26 años de experiencia, que actúa en todo el país implementando programas sociales enfocados en la infancia, la juventud y la comunidad. Más de 8000 niños, jóvenes y adultos protagonizan sus programas todos los días. Sus estrategias institucionales se enfocan en la promoción de redes, la construcción de alianzas con el Estado y cooperaciones nacionales e internacionales, el desarrollo de programas que permitan incidir positivamente en las políticas públicas y la sistematización de nuevos conocimientos basados en las iniciativas implementadas”.

www.fundacionfoc.org.ar

“Publicitarios Sin Fronteras es una red internacional de voluntarios que ofrece su experiencia y contactos para poder llevar a cabo campañas de comunicación, generando así conciencia y cambios de actitud en la sociedad para mejorar la calidad de vida de todos y cada uno.