



DISEÑO DE PROYECTOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

+

¿Qué es un proyecto?

- Un proyecto es un conjunto organizado de actividades interrelacionadas, orientadas a lograr un objetivo específico en un tiempo y con recursos definidos.
- Tiene una finalidad clara y busca resolver un problema, satisfacer una necesidad o generar un cambio.
- Involucra planificación, ejecución y evaluación.

+

Todo proyecto debe tener:

- Un problema o situación que lo justifique
- Objetivos concretos
- Resultados esperados

Características clave de un proyecto

Temporalidad definida: tiene inicio y fin.

Objetivo claro y alcanzable: responde a una necesidad específica.

Actividades planificadas: cada acción debe tener un propósito.

Recursos delimitados: humanos, financieros, materiales.

Evaluación de resultados: permite valorar su eficacia e impacto.

Un proyecto no es solo una idea, sino una propuesta estructurada y viable de acción.

Tipos de proyectos y su aplicación

Sociales: orientados a mejorar condiciones de vida o relaciones comunitarias (ej. campañas contra la violencia).

Educativos: promueven aprendizajes, capacidades o formación (ej. alfabetización mediática). +

Culturales: fortalecen la identidad, las artes o la participación simbólica (ej. festivales, archivo de memoria).

Comunicacionales: usan herramientas y procesos de comunicación para lograr impacto social (ej. campañas, medios comunitarios, procesos participativos).

¿En qué se diferencia un proyecto de un plan?

- Aunque suelen confundirse, proyecto y plan no son lo mismo.
- Un proyecto es una intervención concreta y temporal orientada a lograr un objetivo específico.
- Un plan es un documento estratégico y general ⁺ que establece una ruta de acción a mediano o largo plazo.
- El proyecto se puede desarrollar dentro de un plan, pero es más operativo, con acciones puntuales.

¿En qué se diferencia un proyecto de un plan?

Elemento	Plan	Proyecto
Enfoque	Estratégico	Operativo
Finalidad	Orientar acciones generales y políticas	Ejecutar una intervención específica
Duración	Mediano o largo plazo	Corto o mediano plazo
Nivel de detalle	General: establece líneas, objetivos, metas	Específico: define actividades, recursos, cronograma
Flexibilidad	Más amplio y adaptable	Más delimitado y concreto
Ejemplo	Plan de Comunicación Institucional	Proyecto de campaña "Universidad sin violencia"

¿Qué es un proyecto de comunicación social?

- Es una propuesta organizada de intervención que utiliza herramientas, medios o procesos comunicativos para generar un cambio social, cultural o educativo.
- Tiene como eje la comunicación como instrumento de transformación social, y no solo como difusión de mensajes.
- Se construye sobre una problemática concreta que afecta a un grupo o comunidad.

Finalidades de un proyecto de comunicación social

Informar: dar a conocer un problema, derecho, política o situación.

Sensibilizar: provocar reflexión o cambio de actitud en la audiencia.

Educar: facilitar aprendizajes en torno a temas relevantes (género, medio ambiente, salud).

Transformar: generar cambios en relaciones sociales⁺, comportamientos o estructuras simbólicas.

Su propósito no es solo mediático, sino emancipador y participativo.

Ejemplos posibles de proyectos de comunicación social

- Campaña de comunicación para prevenir el acoso callejero en espacios públicos.
- Estrategia multimedia para visibilizar la cultura indígena en medios escolares. +
- Serie de videos testimoniales para luchar contra la desinformación en salud.
- Producción radial comunitaria para fortalecer la participación ciudadana en barrios urbanos.

¿Cómo se estructura un proyecto de comunicación?

Un proyecto de comunicación social se construye a partir de una secuencia lógica que incluye:

- Diagnóstico del problema
- Justificación
- Objetivos
- Público objetivo
- Estrategias y acciones
- Recursos y cronograma
- Evaluación

+

Cada elemento responde a una pregunta clave y garantiza la coherencia del proyecto.

Diagnóstico, justificación y objetivos

Diagnóstico:

¿Cuál es el problema comunicacional que se quiere abordar?

¿Qué lo causa y a quién afecta?

Justificación:

¿Por qué es importante intervenir? +

¿Qué relevancia tiene desde lo social y comunicacional?

Objetivos:

¿Qué se quiere lograr con el proyecto?

Se redactan objetivos general y específicos (medibles y alcanzables).

Público objetivo, estrategias y acciones

Público objetivo:

¿A quién está dirigido el proyecto?

Especificar edad, ubicación, nivel educativo, hábitos comunicativos, etc.

Estrategias:

+

¿Qué enfoque o camino general se seguirá para cumplir los objetivos?

Acciones (tácticas):

¿Qué se hará específicamente?

Actividades organizadas con lógica, tiempo y recursos.

Criterios de viabilidad y sostenibilidad

Viabilidad técnica: que las acciones puedan ejecutarse con los recursos disponibles.

Viabilidad económica: presupuesto claro y ejecutable.

Viabilidad institucional: que se enmarque en la misión, visión o capacidades de la organización. +

Sostenibilidad: que los efectos del proyecto perduren más allá de su ejecución.

Un buen diseño también considera los límites reales del contexto.

Enfoques transversales para proyectos de comunicación social

Enfoque de derechos: el proyecto debe respetar y promover derechos humanos, especialmente el derecho a la comunicación.

Participación: se valora la inclusión activa de los públicos destinatarios en el diagnóstico, diseño y evaluación. +

Perspectiva de género e interculturalidad: reconocer desigualdades y diversidad cultural al definir mensajes, medios y vocerías.

Impacto social: se busca transformar prácticas, relaciones o discursos sociales con fines de bien común.