



Grupos de Trabajo de Reflexión Estratégica

Formato de análisis detallado

Grupo:	GTIII-Relaciones externas y Comunicación
Análisis:	Canales de Comunicación
Responsable:	Ramón Francos www.powerramon.es

Granada, 16 de febrero de 2010.

I. Objetivos del análisis

Ver documentación resultante de la primera sesión de trabajo del grupo.

II. Punto de partida

01._ Identificar los canales de comunicación más adecuados para la relación con los colegiados y la oferta de servicios.

02._ Proponer una estrategia de comunicación específica para evitar la saturación del colegiado.

Entendemos la **comunicación fundamentalmente como herramienta social**, a través de la cual somos capaces de relacionarnos con nuestro entorno, de una forma compleja, y que es a la vez, el germen de la actuación en el mismo. La comunicación se sirve de distintos lenguajes e imaginarios comunes para ser efectiva, es decir, para **hacernos capaces de interactuar**.

En este sentido, el modelo comunicativo que aprendemos en la escuela, basado en el esquema **Emisor-Mensaje-Receptor**, no nos parece válido para afrontar la complejidad del proceso comunicativo contemporáneo. Este esquema tradicional, como dice [Gonzalo Abril](#), << sugiere mas fácilmente la objetivización de la acción comunicativa en términos de estímulo-respuesta, en términos de actividad unidireccional e instrumental, que en cuanto interacción simbólica o acción estratégica. (...) La dimensión simbólica de la interacción, las instituciones, y entre ellas **el mismo lenguaje (espacio en que las relaciones sociales se auto constituyen y se auto expresan)**, la heterogeneidad interna de los sujetos y de la cultura... son problemas que cuestionan la posibilidad de objetivar validamente la comunicación social en términos de una secuencia Emisor-Mensaje-Receptor >>.

Así pues, **frente a la información como mercancía** y como mecanismo de dominación ideológica y lingüística, **proponemos comunicación como proceso multidireccional y activo**.

Pues la historia no deja de enseñarnos el discurso no es simplemente aquello que traduce las luchas o los sistemas de dominación, sino aquello por lo que, y por medio de lo cual, se lucha, aquel poder del que quiere uno adueñarse

Michel Foucault *el orden del discurso*

III. Evidencias documentales o fuentes de información

Indicar las fuentes de información disponibles o requeridas para soportar el análisis. Incluye cualquier tipo de informe del que se tenga constancia, análisis comparativos o entrevistas con personas de referencia...

Disponibles / Consultadas

- www.coam.org,
- www.revistaarquitectura.com
- Publicación FUNDAMENTOS
- Publicación ARQUITECTOS DE MADRID
- www.architecture.com
- www.arquitectura.com
- www.arquitectura.es
- www.dac.dk
- www.sfarchi.org

IV. Acciones propuestas

Indicar las actuaciones estratégicas recomendadas para conseguir el objetivo definido; así como las acciones concretas que podrían realizarse para ejecutar cada actuación.

Oportunidades / Líneas estratégicas	Acciones concretas a desarrollar
<p>La aparición de nuevos entornos tecnológicos y sociales nos permite nuevos modos de comunicación y gestión política. Aparece una oportunidad en la que implicar a los colegiados como agentes con un rol activo. Podemos ver como los colegiados, al no encontrar en el COAM una institución en la que poder desarrollar estas estrategias de comunicación propias del siglo 21, han diseñado nuevas formas de colaboración con las que establecerse en la <i>Sociedad del Conocimiento</i> como agentes activos de la realidad a la que pertenecen, y conformando redes no institucionalizadas de difusión de las <i>diferentes Arquitecturas...</i></p>	<p>Liderar una <i>política de sindicalización</i> de la información que producen los colegiados, con el fin de convertirla en procesos de comunicación útiles y con capacidad de construir una <i>nueva realidad necesaria para el COAM</i>. En este sentido se propone la creación de una RED de <i>webmaster, bloggers, etc...</i> auspiciada por el COAM o su fundación. No se trataría de un sistema propietario, si no de sindicalizar y acoger las iniciativas en curso, que en gran medida están construidas por muchos colegiados anónimos. Dotar al COAM de estrategias propias de la <i>Sociedad del Conocimiento</i>, esto debe ser uno de los pilares básicos de actuación; no solo apostando por nuevos formatos sino dejándose guiar por las nuevas políticas que dimanan de estos.</p>