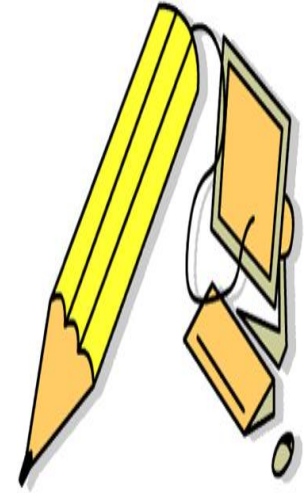


**TEMA 8.
PISANDO EL
ESCENARIO
FORMATIVO (3): EL
MICRODISEÑO DE
CASO, DE
COMUNICACIÓN Y DE
MASS MEDIA**

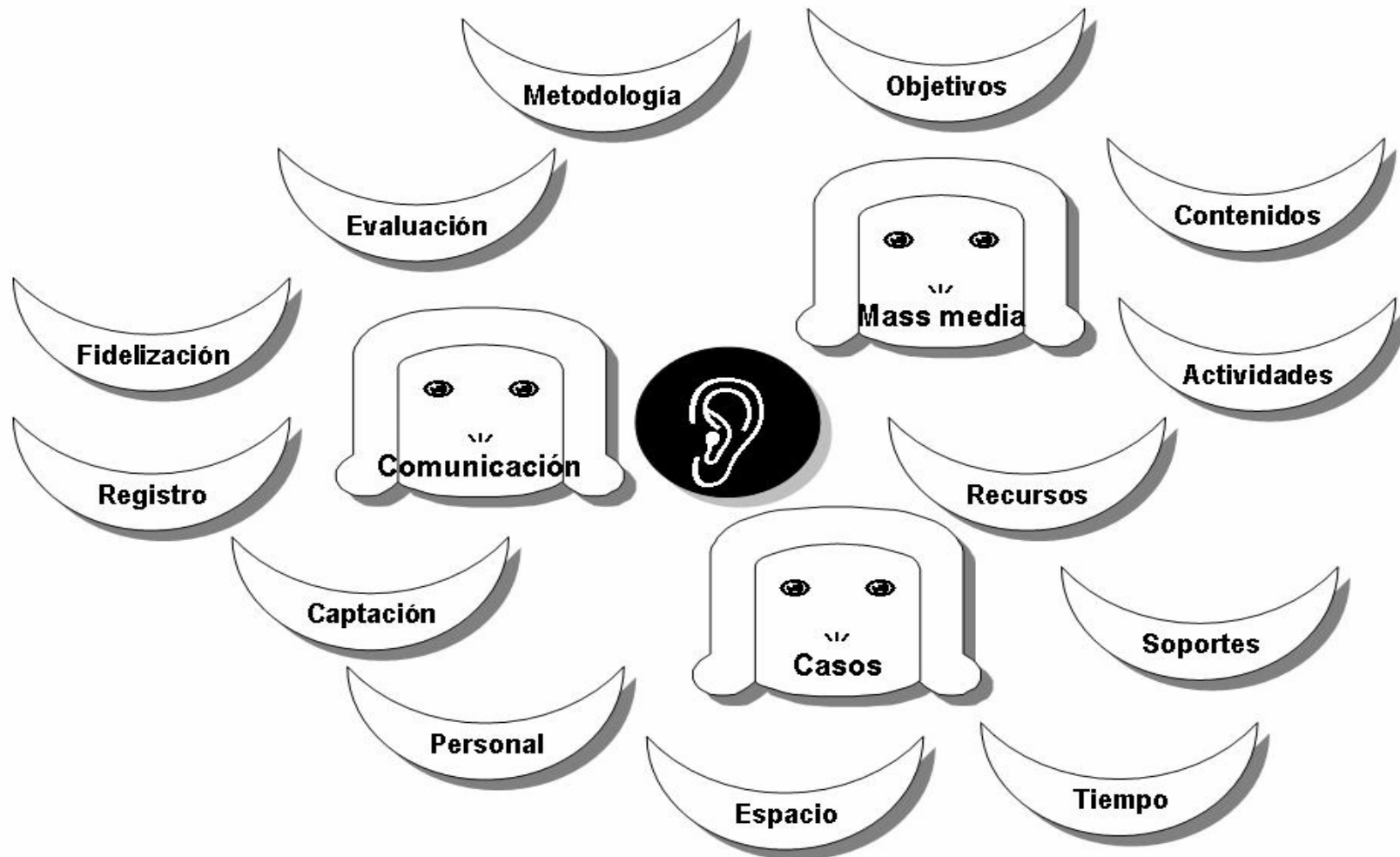
Isabel C. Maciel Torres

SUBTEMAS

- 8.1. Tipología 5: casos
- 8.2. Tipología 6: comunicación
- 8.3. Tipología 7: Mass media



ORGANIZADOR GRÁFICO





PREGUNTAS PREVIAS

1. ¿Qué son las intervenciones de casos?
2. ¿Se diseña de forma análoga a una intervención con grupo?
3. ¿Qué diferencias plantea respecto de las de grupo, de las de desplazamiento, de las de eventos o de las de ambientes?
4. ¿Qué son las intervenciones de comunicación?
5. ¿Se diseña de forma análoga a una intervención con grupo?

6. ¿Qué diferencias plantea respecto de las de grupo, de las de desplazamiento, de las de eventos, de las de ambientes o de las de casos?
7. ¿Qué son las intervenciones de Mass media?
8. ¿Se diseña de forma análoga a una intervención con grupo?
9. ¿Qué diferencias plantea respecto de las de grupo, de las de desplazamiento, de las de eventos, de las de ambientes, de las de casos o de las de comunicación?
10. ¿Cómo se formulan los diferentes componentes de estos diseños?

Las tres tipologías de intervención que analizamos en este capítulo tienen destinatarios/as o usuarios/as principalmente individuales.





Los casos

Son intervenciones con personas individuales o grupos reducidos con el fin de desarrollar un trabajo personalizado y un seguimiento muy monitorizado.



Las estrategias de comunicación

Son interacciones que suelen ser individuales o grupos reducidos atendiendo las demandas de los usuarios/as o buscándolos para interacciones muy focalizadas.

Los medios de comunicación van destinados a la población en general, pero su consumo suele ser individual o en grupos reducidos (amigos, familia, vecinos).

8.1. TIPOLOGÍA 5: CASOS

Los casos individuales también son una modalidad frecuente en intervención social.

**Entendemos
por caso**

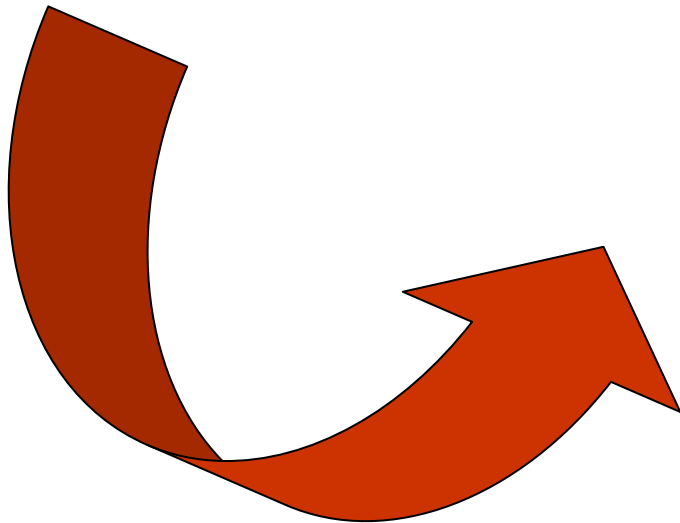
El tratamiento altamente individualizado, frecuentemente individual, de las personas e incluimos, en esta modalidad, la Tutoría, el Programa individual o el Seguimiento individual.

Tipología 5: Casos

1. Objetivos y competencias.
2. Contenidos.
3. Estrategias metodológicas.
4. Tareas o actividades.
5. Recursos.
6. Soportes.
7. Preparación del espacio.
8. Temporalización.
9. Organización del personal.
10. Procedimientos de registro.
11. Captación.
12. Fidelización.
13. Evaluación de la intervención.

8.2. TIPOLOGÍA 6: COMUNICACIÓN

Se incluye en esta tipología de intervenciones que se basan en el trato directo, la interacción o la comunicación como:



- La recepción,
- Contacto en calle,
- Ventanilla,
- Teléfono,
- Chat,
- Foro,
- Mail,
- Unidad móvil.

TIPOLOGÍA 6: COMUNICACIÓN

1. Objetivos y competencias.
2. Contenidos.
3. Estrategias metodológicas.
4. Recursos.
5. Soportes.
6. Preparación del espacio.
7. Temporalización.
8. Organización del personal.
9. Procedimientos de registro.
10. Captación.
11. Fidelización.
12. Evaluación de la intervención.

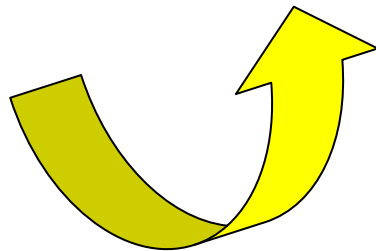
8.3. TIPOLOGÍA 7: MASS MEDIA

Los medios

de

comunicación

Son un pilar de intervención social importante.



Por su formato, podemos discernir los medios impresos (Libro, Revista, Periódico, Publicaciones, Nota de prensa), los medios audiovisuales (Cine, Radio y TV) y los apoyados en la Web (Web, Blog, etc.). Salvo los medios digitales, una vez emitidos o distribuidos, es imposible rectificarlos. Son medios altamente transmisivos con posibilidades de participación reducida e información de retorno escasa, que están determinadas por los medios utilizados.

TIPOLOGÍA 7: MASS MEDIA

1. Objetivos y competencias.
2. Contenidos.
3. Estrategias metodológicas.
4. Tareas o actividades.
5. Soportes.
6. Temporalización.
7. Organización del personal.
8. Procedimientos de registro.
9. Captación.
10. Fidelización.
11. Evaluación de la intervención.

SÍNTESIS

- Las tres tipologías de intervenciones analizadas abordan habitualmente a los destinatarios/as o usuarios/as de forma individual o grupos reducidos.
- Los casos son intervenciones con individuos o con agrupamientos muy reducidos. Incluimos, en ellos, la tutoría, el programa individual o el seguimiento individual. Permiten un tratamiento muy personalizado con un seguimiento totalmente individualizado.

- Las estrategias de comunicación son intervenciones que se apoyan en interacciones directas con las personas y suelen ser individuales, aunque admiten grupos pequeños. Señalamos, entre ellas, la recepción, el contacto en calle, la ventanilla, el teléfono, el chat, el foro, el mail y la unidad móvil.

- Los medios de comunicación van destinados a la población en general que suele utilizarlos de forma individual. Consideramos, en este grupo, los medios impresos como las revistas, periódicos, publicaciones, notas de prensa y los medios audiovisuales como la radio y la televisión y los apoyados en la Web como la Web, Blog, etc.

BIBLIOGRAFÍA

Feliz, T. (2010). *Diseño de Programas de Educación Social*. Madrid: McGraw Hill.