SISTEMA NACIONAL DE CAPACITACION
DISEÑO DE LA ACTIVIDAD

Nombre

COMUNICACIÓN GUBERNAMENTAL Y REDES SOCIALES: DESAFÍOS PARA LA ADMINISTRACIÓN PÚBLICA (PLAN FEDERAL)

Código INAP IN36965/21 **Estado** Activo

Programa)Programa Federal **Área**)Comunicación

Fundamentación

En el contexto de la metamorfosis de la representación política, una parte de los estudios politológicos ha denominado democracia de audiencia a un tipo ideal de democracia centrada en los medios de comunicación. El representante se comunica directamente con el representado a través de los media que desempeñan un rol crucial. De tal forma, el tipo de comunicación que se desarrolla se relaciona directamente con la calidad democrática y, a su vez, revela el tipo de ideas que sustentan las políticas de una determinada administración gubernamental.
La creciente visibilidad de los representantes ha conducido a que la esfera política se configure como una esfera mediática. En este sentido, la representación queda configurada por las formas de la comunicación mediática: los medios encuadran la política y los actores políticos se ven obligados a jugar las reglas que impone el juego de los medios.
En el contexto de la sociedad de la información y del conocimiento, las plataformas digitales que generan una cultura de la conectividad han obligado a los gobiernos a utilizarlas como un nuevo canal de comunicación con los/las ciudadanos/as. Las redes sociales se han ido incorporando progresivamente al ámbito de la administración pública. Sin embargo, aunque los gobiernos recurren cada vez más a ellas, su uso se limita, en la mayoría de los casos, a la difusión unidireccional de información.
La amalgama entre comunicación gubernamental y medios de comunicación (tradicionales y “nuevos”)adopta características distintivas en momentos de crisis pues la gestión del riesgo se convierte en una política pública más. Es entonces cuando la comunicación de gobierno ya no apunta a generar valoraciones positivas si no a prevenir, concientizar o modificar comportamientos.

Contribución esperada

A pesar de ser uno de los grandes temas de la comunicación política, la comunicación gubernamental continúa siendo aún poco abordada. Para la Administración Pública se convierte en un verdadero desafío en términos políticos en tanto es la encargada de generar consenso respecto de las políticas que se elaboran. El ciclo busca contribuir a su conocimiento y características distintivas.

Perfil del participante

Agentes de las administraciones públicas provincial y municipal, con independencia de las tareas que desarrolle.

Objetivos

Se espera que los y las participantes:

• Adquieran conocimientos sobre la relación entre la política, los medios de comunicación y la opinión pública.

• Comprendan la articulación entre estrategias políticas y estrategias comunicacionales.

• Comprendan el funcionamiento de la comunicación gubernamental.

• Distingan la comunicación electoral de la comunicación gubernamental.

• Desarrollen una mirada crítica sobre las problemáticas vistas en el ciclo.

• Conozcan la complejidad del sistema de plataformas digitales y el rol que poseen en la distribución de información en el sistema democrático.

• Adquieran conocimientos en la elaboración de estrategias comunicacionales en función de cada plataforma digital.

• Adquieran una visión integral que permita entender los ecosistemas digitales, identificar las audiencias, analizar y medir datos.

Contenido

Clase 1 - Fundamentos filosóficos de la comunicación de gobierno (Silvia Demirdjian)

• Política y comunicación en la filosofía política clásica y renacentista.

• El arte de la persuasión en la retórica de Aristóteles.

• Cómo transmitir críticas y propuestas éticas.

• Maquiavelo: el poder como relación. La comunicación entre el Príncipe y pueblo.

Clase 2 - Comunicación gubernamental: funciones y características (Marina Acosta)

• Comunicación Política.

• Comunicación gubernamental vs. Comunicación electoral.

• Funciones.

• Tipos de comunicación gubernamental.

• Comunicación en situaciones de crisis. Marca País.

Clase 3 - Plataformas digitales: Mapeo del ecosistema digital (Agustina Lassi)

• Concentración y monopolios.

• Datos, algoritmos, interfaces.

• Efectos negativos de la circulación de información en plataformas: hiper-información, desinformación, data-deprivation, false news-fake news, polarización, perfilización y burbujas de filtrado.

• Regulación: plataformas como medios de comunicación o como espacios públicos de propiedad privada.

Clase 4 - Cómo comunicar las políticas públicas en las redes sociales (Malena Dip)

• Planificación y definición de estrategia digital.

• Estrategias de social media.

• El rol del community manager y social media manager.
• Redes sociales: errores comunes en la comunicación gubernamental.

Estrategias metodológicas y recursos didácticos

El ciclo de conferencias se estructura en 4 encuentros. En cada encuentro se desarrolla una unidad de contenido temático, es decir la clase, que será desarrollada a partir de una videoconferencia grabada a cargo del equipo docente.
En la primera parte de cada presentación se exponen aspectos conceptuales que ordenan y promueven la comprensión de cada uno de los temas previstos. A continuación, se analizan ejemplos prácticos.
Los y las participantes podrán acceder a cada una de las presentaciones, el día y hora establecida (de manera sincrónica a través de la plataforma de videoconferencia utilizada por INAP). Quienes lo hagan tendrán la oportunidad de interactuar con el equipo docente a través del chat que estará disponible en el canal de INAP de YouTube, durante el tiempo que dure cada una de las conferencias.
Para cursar el ciclo no es obligatorio el acceso durante los días y horas de transmisión de las videoconferencias ya que tanto los links a los cuatro videos, así como el material de lectura (obligatorio y/o sugerido) que comparta el equipo docente, estarán disponibles en el aula del Campus INAP asignada a la que tendrán acceso las personas inscriptas en la actividad.
Luego de cada videoconferencia, y al ingresar en el aula virtual, los y las participantes encontrarán una bienvenida y la presentación general del curso, que permitirá navegar por el programa con los objetivos, los contenidos, la secuencia de recursos y actividades y los requisitos de aprobación. También se podrá acceder a la Guía del Participante, que brindará orientaciones para que los y las participantes puedan recorrer el entorno virtual sin dificultades.
Las clases se desarrollarán mediante las cuatro conferencias virtuales, una por cada unidad.
En cada una de las unidades estará disponible el material teórico para leer en profundidad los temas desarrollados durante las videoconferencias.
Para quienes quieran obtener el certificado de aprobación y sobre la base de las videoconferencias y del material de lectura obligatoria provisto por el equipo docente, los y las participantes deberán resolver un cuestionario por unidad orientado a monitorear los avances en el propio proceso de aprendizaje. Al finalizar el curso y como actividad final, los y las participantes deberán resolver un cuestionario de carácter integrador.

Descripción de la modalidad

Virtual autogestionado.

Bibliografía

Unidad 1: Fundamentos filosóficos de la comunicación de gobierno

Bibliografía obligatoria:
Demirdjian, S. y Acosta, M. (2012). “La dimensión deliberativa de la democracia”. En Pensar la política desde los clásicos.[PDF] Várnagy, T. (comp.). Buenos Aires: Facultad de Ciencias Sociales, UBA. Pp.: 283-294.

Bibliografía optativa:

Aristóteles (2002). Arte Poética – Retórica. México: Editorial Porrúa. Caps. 3 al 5.

Maquiavelo (2010). El Príncipe. Madrid: Alianza Editorial. Caps. XV y XVII.

Unidad 2: Comunicación gubernamental: funciones y características

Bibliografía obligatoria:

Amadeo, Belén (2016). El estudio de la comunicación gubernamental: líneas de investigación y futuros desafíos. Austral

Comunicación, 5 (2), pp. 155-181. Disponible en:
https://doi.org/10.26422/aucom.2017.0502.ama. Verificado: 24-2-21.

Bibliografía optativa:

Canel, María José (2018). La comunicación de la administración pública. Para gobernar con la sociedad. México: Fondo de Cultura Económica.

Riorda, Mario (2011). La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental. Politai, 2 (3), pp. 96-111. Disponible en: http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/politai/article/view/13956. Verificado: 24-2-21.

Unidad 3: Plataformas digitales: Mapeo del ecosistema digital

Bibliografía obligatoria:

Andrade, A. (2019). El rol de Google y Facebook en la circulación de información en Internet: qué son los fenómenos de profiling y filterbubble y qué implicancias tienen en los debates sobre responsabilidad de intermediarios. Hipertextos, 5(7), pp. 85-98. Disponible en:
https://revistas.unlp.edu.ar/hipertextos/article/view/7761. Verificado: 24-2-21.

Bibliografía optativa:

Califano, B. (13 de Julio de 2020). Trump, las redes sociales y el debate público. Nota en Letra P. Disponible en:
https://www.letrap.com.ar/nota/2020-7-13-11-23-0-trump-las-redes-sociales-y-el-debate-publico. Verificado: 24-2-21.

De Charras, D. y Galup, L. (2018), “De las industrias culturales al planeta Big Data”, en Emergencias: repensar el Estado, las subjetividades y la acción política. Buenos Aires: Editorial CICCUS. Disponible en:
https://www.institutopatria.com.ar/wp-content/uploads/2020/10/DeCharras.Galup_.De-Las-Industrias-Culturales-al-PlanetaBig-Data-Capitulo.pdf. Verificado: 24-2-21.

Unidad 4: Cómo comunicar las políticas públicas en las redes sociales

Bibliografía obligatoria:

Riorda, M. (2017). Redes sociales para gobernar. Una mirada de América Latina. Nueva Sociedad269pp. 89-95. Disponible en: https://biblat.unam.mx/es/revista/nueva-sociedad/articulo/redes-sociales-para-gobernar-una-mirada-de-america-latina Verificado: 25-02-21.

Bibliografía optativa:

Dip, M. (2020). ¿Alguien quiere pensar en las redes? La importancia de las redes sociales en política. Buenos Aires: Ed.Crujía.

Evaluación de los aprendizajes

Evaluación de proceso: Realización de un cuestionario por unidad, de carácter obligatorio, orientado a monitorear los avances en el propio proceso de aprendizaje.
Evaluación de producto: Resolución de un cuestionario integrador, de carácter obligatorio, con preguntas distintas a las planteadas en la evaluación de proceso.

Instrumentos para la evaluación

a) Evaluación de los aprendizajes:
Tanto para las evaluaciones de proceso como de producto se utilizarán:
- Informes de la plataforma.
- Cuestionarios de preguntas cerradas de opción múltiple.
b) Evaluación de la actividad:
- Encuesta de satisfacción de los/las participantes respecto de la actividad, mediante un cuestionario semiestructurado.

Requisitos de Asistencia y aprobación

Aquellas/os participantes que deseen un certificado de aprobación del curso, deberán:
- Realizar y aprobar en tiempo y forma los 4 cuestionarios propuestos (uno por cada unidad) con, al menos, el 60% de las respuestas correctas.
- Realizar y aprobar en tiempo y forma el cuestionario final integrador con, al menos, el 60% de las respuestas correctas.
El número máximo de intentos para aprobar el cuestionario será de 3.

Duración (Hs.)

12

Detalle sobre la duración

12 horas distribuidas en cuatro semanas después de la última videoconferencia brindada a través del canal de INAP de

YouTube.
- 4 horas correspondientes a las 4 clases virtuales, disponibles en material audiovisual (1 hora de duración de cada videoconferencia).
- 6 horas de lectura de bibliografía obligatoria (1 hora 30 minutos, aproximadamente, para cada unidad).
- 2 horas para la resolución de cuestionarios autoadministrados (un cuestionario por unidad, de 20 minutos, y un cuestionario integrador de 40 minutos).

Lugar

Plataforma de videoconferencia: Canal INAP de YouTube (https://www.youtube.com/channel/UCf1sNDGsQNE-3N5C4p_sH6Q).
Campus virtual del INAP (https://campus.inap.gob.ar)

Perfil Instructor

Especialistas en:
- Comunicación Política.
- Teoría Política.
- Comunicación digital.
- Plataformas digitales y medios de comunicación.

Marina Acosta
Especialista en Comunicación Política
Doctora en Ciencias Sociales (Universidad de Buenos Aires). Magíster en Comunicación Política (Universidad Iberoamericana Ciudad de México). Licenciada en Ciencias de la Comunicación (UBA). Investigadora del Instituto de Estudios de América Latina y el Caribe (Facultad de Ciencias Sociales, UBA). Profesora Adjunta del Departamento de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Nacional de La Matanza (UNLaM) y del Instituto de Ciencias Sociales y Administración de la Universidad Nacional Arturo Jauretche (UNAJ). Ex becaria del Conicet. Directora de Comunicación de la consultora Analogías.

Silvia Demirdjian
Especialista en Teoría Política
Doctora en Sociología por la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) donde también realizó su Master, DEA y una Especialización en Teoría y Metodología. Licenciada en Ciencia Política (UBA). Docente investigadora de esa Universidad así como también en la Universidad Nacional de La Matanza (UNLAM) y en la Universidad Nacional Arturo Jauretche (UNAJ). Fue becaria del Programa ALBAN de la Unión Europea (2006-2008) y del Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO).

Malena Dip
Especialista en comunicación digital.

Magíster en Gestión de contenidos (Universidad Austral). Licenciada en Comunicación Social y Técnica en Periodismo (UNSTA). Posgrado en Estrategias de negocios (Universidad La Verne, Los Ángeles). Docente en la Universidad Católica Argentina (UCA) en las carreras de Marketing, Periodismo, Licenciatura en Comunicación Publicitaria e Institucional y en el Ciclo de Comunicación Digital e Interactiva. Social Media Strategisty Digital Content Manager.

Agustina Lassi
Especialista en Plataformas digitales y medios de comunicación.
Maestranda en Periodismo (Universidad de Buenos Aires). Diplomada en Cultura digital y medios de comunicación (FLACSO Argentina). Licenciada en Comunicación Social (UNLaM). Jefa de Trabajos Prácticos en el Departamento de Humanidades de la UNLaM y del Instituto de Ciencias Sociales y Administración de la Universidad Nacional Arturo Jauretche (UNAJ)

Origen de la demanda

INAP / Plan Federal

Prestadores Docentes

CUIT/CUIL	APELLIDO Y NOMBRE
	ACTIVIDAD,AUTOADMINISTRADA