

SISTEMA NACIONAL DE CAPACITACION DISEÑO DE LA ACTIVIDAD

Nombre

COMUNICACIÓN Y MEDIOS

Código INAP IN37623/22

Estado Activo

Programa)Actividades Transversales

Área Desarrollo de habilidades blandas

Fundamentación

Tema: Comunicación y Sociabilidad: Incluye las capacidades de la inteligencia emocional y social, tales como la resiliencia, actitud positiva, empatía, proactividad, habilidades para el aprendizaje a lo largo de la vida, gestión de la carga cognitiva, etc. También incorpora nociones, conceptos, prácticas, políticas y herramientas relacionadas con la comunicación al interior y hacia afuera de las organizaciones públicas, abarcando la comunicación oral y escrita, el tratamiento de los contenidos en las páginas web de los organismos y la gestión de las redes sociales.

Propósito: Sensibilización / Actualización

La comunicación política puede ser definida como un proceso tripartito compuesto por el sistema político (gobierno/oposición), los medios de comunicación (tradicionales y "nuevos") y la opinión pública. La interacción entre estos tres actores posibilita la deliberación de los asuntos públicos.

De las distintas ramas que componen la disciplina de la Comunicación Política, la comunicación gubernamental ha sido la menos estudiada. La comunicación gubernamental cuya función principal es la de mantener informada a la ciudadanía sobre la ejecución de políticas públicas y visibilizar la gestión, obliga a los gobiernos a estar permanentemente comunicados con los gobernados/as. Dicha comunicación encuentra en los medios (tradicionales y "nuevos") su indiscutible eje de articulación.

La amalgama entre comunicación gubernamental y medios de comunicación 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.

En la administración pública, la comunicación es fundamental como instrumento de legitimidad y de gobernabilidad. Sin embargo, la comunicación en el ámbito público ha estado enfocada principalmente en las campañas electorales. A diferencia de la comunicación electoral cuyo objetivo consiste en ganar elecciones, la comunicación gubernamental busca construir y/o conservar la confianza de la ciudadanía.

A partir de lo mencionado y en línea con la Propuesta Formativa del INAP, en la presente actividad prevalecen los siguientes tipos de saberes: Saber (saberes objetivados sobre la realidad organizados en sistemas de conceptos y teorías)
- Saber reflexionar (saberes relacionados a la capacidad de volver el pensamiento sobre objetos, situaciones, hechos,

creencias, etc).

Contribución esperada

El curso se propone aportar conocimientos teóricos sobre la compleja relación entre la comunicación y los medios (tradicionales y “nuevos”) haciendo especial énfasis en la Comunicación Política y sus áreas más relevantes para la Administración Pública.

Perfil del participante

Agentes de la Administración Pública Nacional, con independencia de las tareas que desarrolle.

Objetivos

Que los/las participantes:

- Problematicen la relación entre sistema político, sistema de medios de comunicación y opinión pública.
- Diferencien la comunicación gubernamental de la comunicación electoral.
- Adquieran conocimientos sobre la importancia de la comunicación gubernamental para la administración pública.
- Desarrollen una mirada crítica sobre las problemáticas vistas en el curso.

Contenido

Unidad 1: Comunicación y medios

- Manipulación, persuasión y efectos cognitivos
- Sociedad de la información y del conocimiento
- Autocomunicación de masas y cultura de la conectividad

Unidad 2: Comunicación política y opinión pública

- Concepciones y definiciones
- El complejo vínculo entre la política, los medios y la opinión pública
- Sondeos y encuestas

Unidad 3: Comunicación Gubernamental

- Definiciones
- Distinción entre comunicación gubernamental, propaganda política y publicidad- Comunicación gubernamental, comunicación electoral y comunicación de crisis - Marca País

Estrategias metodológicas y recursos didácticos

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.

La actividad se estructurará en 3 módulos. En cada módulo se desarrollará una unidad de contenido temático, a partir de una videoconferencia grabada a cargo de la docente.

Para la presentación y el desarrollo de los temas, se propone un diseño amigable y sencillo basado en clases teórico-prácticas. Se utilizarán videos con exposiciones de la docente y apoyo de material en formato audiovisual para profundizar en temas específicos del programa.

Sobre la base de la visualización de todas las videoconferencias y del material de lectura obligatoria provisto por la docente, los y las participantes deberán resolver un cuestionario autoadministrado orientado a monitorear los avances en su propio proceso de aprendizaje.

Al finalizar el curso y como actividad final integradora, los y las participantes deberán resolver un cuestionario de carácter obligatorio.

Descripción de la modalidad

Virtual autogestionado.

Bibliografía

Unidad 1: Comunicación y medios

Textos obligatorios:

Castells, M. (2008). Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los medios y la política. Revista Telos, 24, 13-24. Disponible en: <https://red.pucp.edu.pe/ridei/files/2012/07/120704.pdf>

(Consulta: Septiembre de 2021)

Wolf, M. (1994). Los efectos sociales de los media. Barcelona: Paidós. Disponible en:

<https://catedracoi2.files.wordpress.com/2014/wolf-mauro-investigacion-de-la-comunicacion-de-masas.pdf> (Consulta:

Septiembre de 2021). Primera parte: La evolución de la investigación sobre las comunicaciones de masas. 1. Contextos y paradigmas en la investigación sobre los media. Segunda Parte: Nuevas tendencias de la investigación: Medios de comunicación de la realidad. El estudio de los efectos a largo plazo.

Texto optativo:

Castells, M. (2009). Comunicación y Poder. Madrid: Alianza.

Unidad 2: Comunicación política y opinión pública

Textos obligatorios:

Vallès, J. (2010). Política democrática y comunicación: un rapto consentido. Revista de Estudios Políticos, 150, 11-50.

Disponible en: <https://recyt.fecyt.es/index.php/RevEsPol/article/view/44309/0> (Consulta: Septiembre de 2021)

Rispolo, D. (2020). El campo de la comunicación política el lugar de la comunicación de gobierno. POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político, 25 (1), 99-135. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7558776>

(Consulta: Septiembre de 2021)

Texto optativo:

Vallès, J. y Martí, S. (2016). "La comunicación política y la opinión pública". En Ciencia política. Un manual. México: Ariel.

Unidad 3: Comunicación Gubernamental

Textos obligatorios:

Riorda, M. y Elizalde, L. (2013). ¿Hacia dónde va la comunicación gubernamental en América Latina?. Más poder local, 19,

12-14. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4753491> (Consulta: Septiembre de 2021)
Riorda, M. (2006). Los mitos de gobierno una visión desde la comunicación gubernamental. Hologramática, 4 (2), 21-45.
Disponible en: https://www.cienciared.com.ar/ra/usr/3/189/hologramatica4_v2pp21_45.pdf (Consulta: Septiembre de 2021)

Texto optativo:

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

Evaluación de los aprendizajes

Evaluación de proceso: Realización de un cuestionario autoadministrado 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:

- cuestionarios de preguntas cerradas: opciones múltiples, opción única, verdadero/falso
- informes de la plataforma

b) Evaluación de la actividad:

- encuesta de satisfacción de los y las participantes respecto de la actividad, mediante un cuestionario semiestructurado.

Requisitos de Asistencia y aprobación

Aquellos/as participantes que deseen un certificado de aprobación del curso, deberán:

- Realizar y aprobar en tiempo y forma los 3 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.)

10

Detalle sobre la duración

10 horas distribuidas a lo largo de tres semanas.

- 2 horas, correspondientes a las 3 clases virtuales, disponibles en material audiovisual (30 minutos de duración, aproximadamente, de cada videoconferencia).
- 6 horas de lectura de bibliografía obligatoria. (2 horas, aproximadamente, para cada unidad).
- 2 horas para la resolución de 4 cuestionarios autoadministrados. (1 cuestionario por unidad y 1 cuestionario final integrador).

Lugar

Campus INAP - <https://campus.inap.gob.ar>

Perfil Instructor

Especialista en Comunicación Política.

Marina Acosta

Doctora en Ciencias Sociales (UBA). Magister 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 (IEALC, Facultad de Ciencias Sociales de la UBA 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 de opinión pública Analogías.

Origen de la demanda

INAP - PEC

Prestadores Docentes

CUIT/CUIL	APELLIDO Y NOMBRE
	ACTIVIDAD,AUTOADMINISTRADA