



### 1. INFORMACIÓN GENERAL

**Nombre del programa:** Comunicación Pública, un Desafío Diario

**Tipo de programa:** Curso

**Facultad articulada:** Comunicación

**Duración:** 40 horas

**Público objetivo:**

Comunicadores de entidades públicas, asesores de gobierno, integrantes de gabinetes, estudiantes de comunicación o ciencias políticas, etc.

**Justificación:**

La comunicación de entidades públicas y/o de gobierno, así como el posicionamiento de la imagen de sus líderes y voceros es un desafío cada vez mayor, dada la proliferación de mensajes y mediciones, la utilización de bodegas y estrategias de *Fake News*, la apatía o el desinterés ciudadano y la instrumentalización mediática de pauta y contratos de asesoría, entre otros. Comunicar en lo público no es una opción sino una obligación, es preciso hacerlo de manera planeada y acertada, en clave de transparencia.

**Objetivo general:**

Desarrollar y fortalecer destrezas comunicativas para quienes tienen esa responsabilidad, o interés, desde entidades públicas y/o de gobierno, de manera que se garantice el derecho ciudadano a estar bien informado y el acceso mismo a la información relevante de las instituciones.

**Objetivos específicos:**

- Proponer modelos de comunicación pública basados en la planeación y la interacción con los ciudadanos.
- Motivar reflexiones sobre lo que significan los mensajes de gobierno y la imagen de los líderes.
- Favorecer estrategias de acercamiento con las comunidades para fortalecer los mensajes públicos.
- Reivindicar el uso de la pauta oficial como elemento de inclusión con la garantía de independencia informativa.
- Desarrollar estrategias concretas de posicionamiento de la imagen de gobierno.
- Proponer modelos de uso de las redes sociales para las entidades y sus voceros.
- Alienación del mensaje de gobierno.
- Fortalecimiento de las vocerías.

### ESTRUCTURA

Módulo	Temas	Créditos
<b>MÓDULO 1</b> <b>¿DESDE DÓNDE COMUNICAMOS?</b>	<b>En lo público, ¿quién comunica?</b> <b>¿para qué se comunica?</b> <b>¿por qué se comunica?</b> <b>¿a quién se comunica?</b>	<b>5 horas</b>

<p align="center"><b>MÓDULO 2</b> <b>GOBERNAR ES COMUNICAR</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La imagen del líder</li> <li>- El mensaje se parece al líder</li> <li>- La campaña permanente</li> <li>- La comunicación pública o el arte de la persistencia.</li> <li>- Ideas complejas, mensajes sencillos.</li> <li>- Gobiernos para recordar.</li> <li>- La planeación como herramienta comunicativa.</li> <li>- La identidad como elemento de gobierno y de comunicación.</li> <li>- Sin criterio no hay paraíso.</li> <li>- Dudar de lo fácil.</li> </ul>	<p align="center"><b>10 horas</b></p>
<p align="center"><b>MÓDULO 3</b> <b>COMUNICAR EN SITUACIONES DE CRISIS</b></p>	<p>Afrontar las situaciones de riesgo (amenazas, temas polémicos, medidas impopulares, etc.) como oportunidad para afianzar el mensaje de Gobierno.</p>	<p align="center"><b>10 horas</b></p>
<p align="center"><b>MÓDULO 4</b> <b>LA AUDIENCIA SON LOS CIUDADANOS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Ciudadanos informados Vs Audiencias saturadas.</li> <li>- La pauta oficial como chantaje.</li> <li>- El mensaje oficial: ¿información o propaganda?</li> <li>- La comunicación como garantía de transparencia.</li> <li>- La percepción Vs la realidad como amenaza comunicativa.</li> <li>- Vocerías y rendición de cuentas.</li> </ul>	<p align="center"><b>5 horas</b></p>
<p align="center"><b>MÓDULO 5</b> <b>EL RELATO DE LA POLÍTICA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comunicación pública en la sociedad de la información.</li> <li>- Atrapados en las redes.</li> <li>- La fama Vs el prestigio.</li> <li>- El mensaje como prioridad.</li> <li>- El peligro de la imagen</li> </ul>	<p align="center"><b>5 horas</b></p>
<p align="center"><b>MÓDULO 6</b> <b>LA COMUNICACIÓN EN LA ERA DIGITAL</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- De la comunicación de masas a la autocomunicación.</li> <li>- Valores intangibles de la institucionalidad.</li> <li>- Administración Pública 2.0</li> <li>- Redes sociales y comunicación pública.</li> </ul>	<p align="center"><b>5 horas</b></p>

**METODOLOGÍA**

El curso se desarrolla en una combinación teórico práctica en la que se equilibran las exposiciones magistrales con reflexiones grupales de experiencias y ejemplos concretos, elaboración de talleres, análisis de casos y propuestas de campaña.