



Diplomado en
**Gestión de la Comunicación Pública
en el Sector Estatal, Privado y en las
Organizaciones Sociales**

Intensidad: 120 horas

Horario: miércoles, jueves 6:00 p.m. a 9:00 p.m.
viernes 6:00 p.m. a 8:00 pm. y sábado 9:00 a.m. a 12:00 m.

Modalidad: presencial

Presentación

En las organizaciones, públicas, privadas y no gubernamentales, lo mismo que en los movimientos sociales, hay un lugar de comunicación donde se traza el rumbo, se debate sobre temas de interés común y se tramitan los disensos: ese lugar es la esfera pública organizacional. La Propuesta General de Comunicación Pública amplía su enfoque conceptual y su metodología más allá del ámbito de las entidades del estado, y se plantea temas, preguntas y problemas que afectan la gestión de la comunicación en esa esfera pública organizacional, lo mismo en una entidad pública, que en una empresa privada o una organización de libre asociación.

Una característica de los equipos de comunicación de las organizaciones, es que están conformados por periodistas y comunicadores sociales u organizacionales y publicistas, orientados al manejo de la información en medios masivos e institucionales, físicos y digitales y con una creciente tendencia al uso predominante de redes sociales, pero con una formación limitada en cuanto la gestión de la comunicación con sus grupos de interés.

Esta tradición viene de la adopción generalizada del modelo de transmisión de información emisor- mensaje/canal-receptor (Shannon y Weaver, 1948) que se ha instalado como paradigma de la comunicación y de la capacidad de los medios masivos de hacer visible el poder, que, según John Thompson (2001), es su función esencial en la sociedad contemporánea. Y su principal consecuencia es una comprensión limitada según la cual comunicar consiste únicamente en hacer presencia activa en las agendas mediáticas, lo que reduce la gestión de la comunicación a la práctica del free press, la administración de medios digitales y la publicidad.

En realidad, además de la pregunta de la información, entidades, empresas y movimientos sociales deben plantearse otras preguntas: ¿Cómo proyectan una identidad diferenciada de las de sus pares? ¿Cómo convocan a sus grupos de interés? ¿Cómo garantizan coherencia entre sus declaraciones y sus actuaciones? Estudiar la comunicación, desde esta perspectiva, en cuatro dimensiones o campos, es el asunto de la Propuesta General de Comunicación Pública:

- La comunicación corporativa busca definir una identidad corporativa, en la medida en que se propone construir y manejar la imagen que proyecta hacia la sociedad.
- La comunicación informativa busca garantizar que la Organización o la movilización se expresen frente a la sociedad y le comuniquen su relato.
- La comunicación organizacional busca garantizar la organicidad y coherencia de la Organización o la movilización desde el punto de vista de la adecuada articulación de acciones y esfuerzos para lograr el propósito.
- La comunicación movilizadora busca lograr que la Organización o la movilización convoquen e interactúen con la sociedad.

Esta propuesta, entiende por comunicación pública aquella que se da en la esfera pública o colectiva, bien sea para construir bienes públicos (política); para incidir en la agenda pública (mediática); para comunicar a las entidades del Estado con la sociedad (estatal); para construir sentido compartido al interior de la organización (organizacional) o como resultado de las interacciones propias de los movimientos sociales (de la vida social) (Jaramillo, 2005).

Desde este enfoque, fueron diseñados los componentes Información y Comunicación Pública del Modelo de Comunicación Pública Organizacional e Informativa para entidades del Estado MCPOI (Jaramillo y otros, USAID- Casals, 2004) que hace parte del Modelo Estándar de Control Interno – MECI (Decretos 1599 de 2005 y 943 de 2014); componentes que a partir del 2018 fueron actualiza-

dos y articulados como la dimensión Información y comunicación transversal al Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIGP.

El diplomado Gestión de la comunicación pública en entidades del Estado, sector privado y organizaciones sociales, propone un enfoque y un modelo de intervención en comunicación a partir de preguntas estratégicas y complementarias que contribuyen a un desarrollo integral de la comunicación articulando diferentes campos de acción.

Objetivos específicos

- Actualizar al estudiante en el concepto, las nuevas miradas y los alcances de la gestión de la comunicación en las organizaciones, desde la perspectiva de la Propuesta General de comunicación Pública.
- Ofrecer herramientas y presentar alcances de intervención en los cuatro campos que plantea la Propuesta General de Comunicación Pública: corporativo (de la identidad), informativo (del relato), movilizador (de la interacción con grupos de interés) y organizacional (de la coherencia).
- Profundizar las bases conceptuales y metodológicas del Modelo de Comunicación Pública Organizacional e Informativa MCOPI y actualizar en la implementación operativa de la dimensión Información y Comunicación del Sistema Integrado de Planeación y Gestión - MIGP.

Dirigido a

Directivos de entidades públicas, empresas privadas y organizaciones sociales interesados en profundizar y entender las posibilidades y alcances de la comunicación en sus organizaciones, directores y jefes de comunicación (DIRCOM), funcionarios de áreas de comunicación de entidades públicas, privadas y organizaciones sociales, comunicadores sociales, comunicadores organizacionales, periodistas, publicistas, profesionales de las ciencias sociales que se desempeñan en áreas o proyectos de comunicación, consultores en comunicación estratégica.

Contenido

Módulo 1. El concepto de comunicación pública

- La comunicación entre sujetos colectivos. Concepto de esfera pública como lugar de comunicación. La idea de esfera pública en organizaciones y movimientos sociales. Concepto de lo público democrático.
- Debate información vs comunicación.
- Propuesta General de Comunicación Pública. Pensamiento estratégico en comunicación.
- Actualización en el enfoque y las bases conceptuales del Modelo de Comunicación Organizacional e Informativa para entidades del Estado MCPOI.

- Actualización en la implementación operativa de la dimensión Información y Comunicación del Sistema Integrado de Planeación y Gestión – MIGP.

Módulo 2. La comunicación en el campo informativo

- Medios y visibilidad del poder.
- Derecho a la información Pública: Secretismo vs discrecionalidad en la gestión de la información pública.
- Nuevos retos de la comunicación informativa. Desinformación, ruido, contra información, etc.
- Filtro burbuja: el poder del algoritmo. El dilema de la verdad en Internet y las redes socia-

les. Gestión de la información en un mundo de convergencia.

- Nuevas aproximaciones al relato comunicativo.

Módulo 3. La comunicación en el campo movilizador

- Actualización del concepto de movilización social.
- Grupos de interés (stakeholders) en comunicación.
- Alcances y limitaciones del poder movilizador de las redes sociales.
- La movilización en las organizaciones y movimientos sociales.
- Efecto movilizador de la abogacía (Advocacy).

Módulo 4. La comunicación en el campo organizacional

- Debate entre comunicación interna y comunicación organizacional.

- Visión compartida, trabajo colaborativo y producción de información.
- Principio de publicidad en los sectores público y privado.
- El poder de la conversación. Desarrollo de mecanismos de escucha y receptividad.

Módulo 5. La comunicación en el campo corporativo

- Concepto de comunicación corporativa.
- Imagen, reputación y marca institucional.
- Estrategias de comunicación o comunicación estratégica.
- La publicidad como medio de comunicación.
- Rendición de cuentas.

Educación Continua

PBX: 242 7030 Ext: 1160 y 3956
educacion.continuada@utadeo.edu.co
Carrera 4 # 23 - 76 Piso 2
Bogotá, Colombia