

Diplomatura en Comunicación Política

Fundamentación:

El Estado desde hace décadas atraviesa un proceso de redefinición de su relación con la sociedad, lo cual supone definir la manera en que se comunica con ella. Consecuentemente, política y comunicación resultan inseparables. Partiendo de dicho supuesto es necesario determinar el carácter específico de la comunicación política, es decir, diferenciarla de todos los demás fenómenos comunicacionales que actualmente rodean a la política.

En este marco la **Diplomatura en Comunicación Política** intenta un abordaje de este proceso, priorizando su gestión gubernamental e institucional, es decir, la perspectiva del ejercicio de la comunicación desde y en la gestión pública.

En este marco y de acuerdo a sus objetivos, la Universidad Empresarial Siglo 21, a través del Centro de Formación Continua, en cooperación con el Instituto Provincial de Capacitación Municipal, pone en esta propuesta de capacitación interdisciplinaria donde se concilian elementos propios de la Comunicación Política con herramientas técnicas y metodológicas aplicadas a la gestión pública.

De esta manera, la Universidad ofrece este programa académico acorde a una de las necesidades concretas que se presentan en la gestión local, destinado, principalmente, a los integrantes de la Unidad de Trabajo Mesa Provincia Municipios de la provincia de Córdoba.

Objetivo general:

El principal objetivo de esta Diplomatura es brindar herramientas que permitan a los decisores públicos ahondar su conocimiento sobre el actual panorama de la comunicación política en sistemas democráticos donde los medios de comunicación y las herramientas de información juegan un rol determinante en la percepción del ciudadano. Asimismo, con esta propuesta académica se persigue propiciar que el participante incorpore nuevas habilidades que le permitan planificar y ejecutar estrategias de comunicación institucional y de campaña como así también de su gestión (comunicación de políticas).

Objetivos específicos:

- ✓ Promover que los participantes conozcan y utilicen distintos conceptos teóricos centrales de la Comunicación Política.
- ✓ Proveer a los participantes herramientas de la comunicación política que promuevan conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para una gestión transparente.
- ✓ Dotar a los participantes de una visión holística sobre la comunicación gubernamental, brindando técnicas pertinentes para generación de estrategias para campañas electorales y comunicación de crisis.

- ✓ Promover instancias de debate, reflexión y crítica sobre los temas vinculados con la comunicación política a escala local y regional.

Destinatarios:

La Diplomatura en Comunicación Política está destinada a todos los integrantes de la Unidad de Trabajo Mesa Provincia Municipios, a través de treinta y cinco (35) becas completas que otorgará el Instituto Provincial de Capacitación Municipal.

Metodología de dictado:

La Diplomatura se desarrolla en cuatro (4) Módulos y tendrá una duración total de tres meses (desde septiembre a noviembre de 2010). Se cursa a través de la modalidad semipresencial. Cada módulo constará de una clase presencial mensual y encuentros virtuales entre el profesor y el participante.

Las clases presenciales serán los días martes, iniciando el día 7 de septiembre de 2010 de 15:00 hs. a 19:00 hs. en la ciudad de Córdoba.

Síntesis de las asignaturas:

Módulo 1: Opinión Pública y Gestión de Gobierno

Profesor: **Carlos Germano**



Es abogado de la Universidad de Buenos Aires y Director de Carlos Germano y Asociados, Consultora de Opinión Pública y Comunicación. Es coautor del libro "20 años de medios y democracia" (Fundación Konrad Adenauer) 2005, coautor del libro "Piqueteros. Nueva realidad social" (KAS-ACEP) 2005. Es coautor del CD interactivo "Cuando el desencanto... encanta: 5 años de comunicación política 1999-2004", editado por la Fundación Konrad Adenauer, además de las clínicas en comunicación y estrategias electorales para candidatos. Es coautor del Manual de Marketing y Comunicación Política "Acciones para una buena comunicación en campañas electorales", realizado por la Fundación Konrad Adenauer y la Asociación de Estudios Populares (ACEP). Es colaborador en la publicación "La Reforma Política en Emergencia Democrática", realizada por la Asociación Conciencia y la Fundación Konrad Adenauer. Es coorganizador, junto con la Fundación Konrad Adenauer y el diario El Día, de La Plata, de seminarios sobre reforma política en la ciudad de La Plata (Buenos Aires).

Síntesis de contenido: El presente módulo intenta mostrar las diversas posibilidades que ofrece el marketing político para que los municipios puedan potenciar sus gestiones. Dentro de estas opciones que se presentan ante los gobiernos locales, se busca resaltar algunas técnicas clásicas, de probada eficacia, junto con metodologías más novedosas. Todas estas estrategias están pensadas para mejorar la gestión subnacional, ampliar los espacios de participación ciudadana y acercar al gobernante con sus gobernados. De todas formas, si bien consideramos la utilización de estas técnicas como necesarias para mejorar la calidad de la gestión, no son suficientes para lograr ese objetivo. Sin un rumbo político definido ni acciones gubernamentales eficaces, el marketing político es una herramienta vacía.

Módulo 2: Relaciones con los medios en Gobiernos Locales

Profesor: **Santiago Rossi**



Es Licenciado en Periodismo de la Universidad del Salvador y Analista en Medios de Comunicación Social. Fue becado por el Instituto de Cooperación Iberoamericana para capacitarse en producción y realización radiofónica en el Instituto Oficial de Radio y Televisión Española. Se desempeñó como Profesor Titular en la Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social, de la Universidad del Salvador, además de ser invitado a diversas cátedras de comunicación (Universidad Católica Argentina, Salvador, Palermo). Expositor y consultor en seminarios organizados por la Fundación Konrad Adenauer y por la OEA (Unidad para la Promoción de la Democracia) sobre "Medios de Comunicación y Media training". Es coautor del Manual de Marketing y Comunicación Política, editado por la Fundación Konrad Adenauer y ACEP, y de la pieza multimedia sobre comunicación política "Cuando el desencanto... encanta", realizado por dicha fundación; fue colaborador del libro "Periodismo y Elecciones, los riesgos de la manipulación" (E. Zukernik). Desarrolla tareas de asesoría y consultoría de comunicación con legisladores nacionales y funcionarios provinciales. Actualmente es Director Ejecutivo de IPSOS-Mora y Araujo.

Síntesis de contenido: Una gran cantidad de problemas cotidianos son resueltos por los gobiernos locales y la ciudadanía cada vez demanda mayores respuestas. En espacios de gobierno territorialmente reducidos los hechos son más "visibles", esto hace que los reclamos sean inmediatos y constantes. Ante las expectativas y el requerimiento de información que se desprenden de los gobiernos es necesario construir instituciones y redes que se especialicen en la comunicación de la gestión de gobierno. Una vez que un gobierno tenga analizadas sus políticas y definidos los mensajes, el canal óptimo para su difusión lo encontramos en los medios de comunicación. En este módulo se vuelcan consideraciones prácticas para elaborar una estrategia de relaciones con los medios a nivel local. Se analizan temas como los departamentos de comunicación, las oficinas de prensa, la función del vocero, el consumo de medios, las particularidades de los medios locales y formas de relacionarse con los periodistas, entre otros temas.



Módulo 3: ¿Cómo plantear una estrategia de comunicación desde el gobierno?

Profesor: **Carlos Fara**



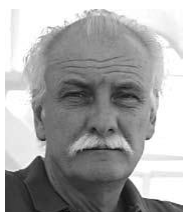
Consultor Político. Es Director Ejecutivo de Carlos Fara & Asociados (Buenos Aires, Argentina). Ha participado en más de 75 campañas electorales en Argentina y Latinoamérica, y en más de 300 proyectos de consultoría. Participa en consultorías con Newlink, de Miami (EE.UU.), y frecuentemente en actividades de la Fundación Konrad Adenauer y el Instituto Republicano Internacional. Es coautor del Manual de Marketing y Comunicación Política "Acciones para una Buena Comunicación", editado por la Fundación Adenauer en Argentina y ACEP, y editor del CD "Marketing Político: Capacitando Candidatos" realizado para ODCA y la Fundación Adenauer. Es socio de la Asociación Latinoamericana de Consultores Políticos y la OCPLA.

Síntesis de contenido: Este módulo se propone analizar un aspecto particular de lo que se conoce como comunicación política: el que lleva adelante cada gobierno local en relación con la prestación de servicios públicos. Cada vez más, la comunicación comienza a ganar espacio en la reflexión sobre los procesos de

construcción de consenso político, legitimación, consolidación de imágenes positivas y fortalecimiento del prestigio del gobierno. Todos estos conceptos constituyen elementos muy valorados políticamente, que se encarnan en la propia gestión del aparato del Estado local en relación directa y permanente con la ciudadanía, por medio de los trámites que los vecinos realizan. De este modo, pretendemos presentar aquí algunas reflexiones sobre la contribución que hacen los procesos de comunicación institucional a la calidad de los servicios que brindan los organismos de la Administración Pública local, en el marco de los programas de mejora continua.

Módulo 4: "La creatividad el valor agregado de las ciudades"

Profesor: **Jorge Dell Oro**



Es Presidente de Dell'Oro Trigo S.A. Comunicación Institucional, (Buenos Aires, Argentina) Especialista en Comunicación Institucional Política y Municipal. Profesor en Universidades de Argentina, Colombia, y de Ecuador. Dicta cursos en la Universidad de Palermo, Maestría en Comunicación y en la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, Master en Comunicación Institucional. En la actualidad es profesor de la Maestría en Marketing y Comunicación Política de la Universidad del Salvador. Fue presidente del Círculo de Creativos Argentinos y vocal de la Comunidad Publicitaria, jurado y panelista en festivales CLIO, FIAP, Gramados, A.A.E.R., Premio Clarín, Lápiz de Oro, Montreux, León de Oro y Cronista. Co-autor del Libro y Video "Trastienda de una Elección" y del Manual y Video de Marketing y Comunicación Política, ambos editados por la Fundación Konrad Adenauer y la Asociación Civil Estudios Populares (ACEP). Co-organizador del I Seminario Iberoamericano de Marketing Político (SIMAP). Exconsultor del Banco Mundial para Argentina y Paraguay. Obtuvo numerosos premios internacionales y nacionales. Ha participado en campañas electorales en Argentina y del Partido Popular Español. Es asesor de legisladores, intendentes y políticos argentinos en estrategias de comunicación. Fue columnista del diario Infobae. Participa habitualmente de programas políticos en TV. Conduce el programa Agenda de la Comunicación por radio Splendid. Capacita a políticos latinoamericanos dentro de la Organización Demócrata Cristiana de América/Fundación Konrad Adenauer.



Síntesis de contenido: Al tomar como punto de partida que las ciudades tienen su valor asentado en sus culturas, podemos afirmar que la creatividad se ha convertido en un arma poderosa para posicionarlas. Para lograr que la creatividad tenga una dimensión social personalista y se convierta en una proyección transformadora del propio individuo y de su realidad social, debe estar articulada con su cultura e identidad comunitaria. Hay un nuevo debate entre los que hacen marketing de ciudades, es esta nueva tendencia de seducir a los ciudadanos que tienen mayor capacidad para generar ideas. La gestión estratégica y posicionamiento de ciudades logra un gran impulso mediante la construcción de una Marca Ciudad que la proyecta a nivel nacional e internacional, y en la que la gestión cultural puede -y en algunos casos debe- tener un lugar preponderante. El abordaje desde la identidad y el quehacer cultural acrecienta su valor diferencial, a la vez que puede ser el motor que permita involucrar activamente a los habitantes en dicho proyecto. La cultura/identidad es una posibilidad de revalorizar el territorio ya que está estrechamente conectada con el espacio donde se asienta.



Sin duda los políticos deberán tener en cuenta esta nueva tendencia a la hora de poner en marcha sus planes de gobierno.

Mecanismo de evaluación:

A los fines de la aprobación de la Diplomatura en Comunicación Política los participantes deberán asistir al 100% de las clases presenciales, es decir a los cuatro (4) encuentros presenciales y realizar y aprobar un Trabajo Práctico de aplicación integrador.

Aquellos participantes que hayan cumplimentado con la asistencia requerida y con la aprobación del trabajo final, recibirán el certificado de aprobación emitido por la Universidad Empresarial Siglo 21 y el Instituto Provincial de Capacitación Municipal del Gobierno de la Provincia de Córdoba.

Inscripciones:

Se otorgarán cuarenta (40) becas para la realización de la Diplomatura. Todos aquellos integrantes de la Unidad de Trabajo "Mesa Provincia - Municipios" que deseen inscribirse en la Diplomatura en Comunicación Política deberán cumplimentar con los requisitos para la postulación, establecidos por el Instituto Provincial de Capacitación Municipal, de acuerdo a las formas y plazos estipulados en la convocatoria para becarios.

Cronograma:

Cierre de inscripción: Lunes, 23 de Agosto de 2010.

Comunicación de dictamen del Incam: Viernes, 27 de Agosto de 2010.

Módulo	Actividad	Fecha
Módulo N° 1 "Opinión Pública y Gestión de Gobierno" <u>Profesor:</u> Carlos Germano	Envío de material bibliográfico.	Miércoles, 1 de septiembre
	Clase Presencial.	Martes, 7 de septiembre de 15:00 a 19:00 hs.
Módulo N°2 "Relaciones con los medios en Gobiernos Locales" <u>Profesor:</u> Santiago Rossi	Envío de material bibliográfico.	Martes, 21 de septiembre
	Clase Presencial.	Martes, 28 de septiembre de 15:00 a 19:00 hs.
Módulo N°3 "¿Cómo plantear una estrategia de comunicación desde el gobierno?" <u>Profesor:</u> Carlos Fara	Envío de material bibliográfico.	Martes, 12 de octubre
	Clase Presencial.	Martes, 19 de octubre de 15:00 a 19:00 hs.
Módulo N°4 "La creatividad el valor agregado de las ciudades" <u>Profesor:</u> Jorge Dell Oro	Envío de material bibliográfico.	Martes, 2 de noviembre
	Clase Presencial.	Viernes 9 de noviembre de 15:00 a 19:00 hs.
Trabajo Final	Entrega Trabajo Práctico Integrador (vía correo electrónico)	Martes, 23 de noviembre