

## PRESENTACIÓN:

Los municipios constituyen uno de los principales espacios de participación ciudadana, donde las personas integrantes de una comunidad buscan sentirse escuchadas y representadas en la toma de decisiones públicas. En un mundo donde la comunicación ha pasado a ser central como forma de relación entre los individuos y los grupos dentro de la sociedad. En un escenario demandante y complejo, es indispensable para las autoridades locales conocer los alcances de la comunicación en el siglo XXI y saber cómo aprovechar las oportunidades, como desenvolverse y mantener un sólido y directo lazo de comunicación con sus colaboradores y con la ciudadanía.

Atendiendo a esa necesidad, el Instituto de la Comunicación e Imagen, ICEI, de la Universidad de Chile ha diseñado este Diplomado B-learning en Comunicación Estratégica orientado especialmente al gobierno municipal. Lo planteamos como una invitación para fortalecer las capacidades profesionales y técnicas de alcaldes, concejales y profesionales del municipio, a través del conocimiento de la comunicación estratégica y el aprendizaje del campo disciplinario y de determinadas técnicas que son o pueden llegar a ser parte esencial de las políticas públicas y de las campañas sociales y electorales.

En este sentido, la experiencia del ICEI en el diseño y ejecución de numerosos y diversos programas de Postgrado y Extensión vinculados a la Comunicación constituye un importante respaldo para el desarrollo de esta actividad. Sus docentes especializados, quienes dictan cátedra y conducen talleres en programas de pregrado y postgrado de la Universidad de Chile, serán quienes guíen a los participantes en el conocimiento y aplicación de conceptos de comunicación estratégica asociados a sus territorios y realidades locales.

El Diplomado en Comunicación Estratégica para Gobierno Municipal ha sido diseñado en la modalidad *B-learning*, que implica la realización tanto de clases presenciales como a través de una plataforma online especializada, con el objetivo de facilitar la interacción entre los participantes y el equipo docente del programa. Lo anterior responde a la creciente necesidad de que las políticas comunicacionales a nivel local incorporen un adecuado uso y apropiación estratégica de la Internet y redes sociales online que les permita desenvolverse con soltura en una sociedad que cada vez utiliza más las nuevas tecnologías.

## OBJETIVO GENERAL:

- Conocer y analizar los principales aspectos de la comunicación estratégica, y diseñar, implementar y evaluar campañas de comunicación estratégica a nivel local, incorporando criterios de participación ciudadana, respeto a la diversidad cultural y social, transparencia de la gestión pública y uso de las nuevas tecnologías al servicio de la comunicación.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Otorgar herramientas de diagnóstico, diseño y análisis estratégico comunicacional a los participantes.
- Dar a conocer el alcance, oportunidad de uso y apropiación de la comunicación estratégica para sus acciones en el ámbito local.

- Desarrollar estrategias comunicacionales que potencien la participación ciudadana, con énfasis en la inclusión de perspectivas interculturales que mejoren los vínculos entre grupos vulnerables (etnias, sectores de menores recursos, mujeres) y el Estado.
- Fortalecer la formación de equipos especializados de gestión de crisis a nivel municipal, capaces de responder a las necesidades de comunicación ante distintas eventualidades.
- Conocer las nuevas herramientas que ofrece la Web Social y sus posibilidades de uso en planes de comunicación estratégica a nivel local.

## **METODOLOGÍA:**

El diplomado se compone de horas teóricas, talleres prácticos y horas de dedicación e-learning, respaldadas por un acompañamiento en plataforma virtual permanente.

Desde el inicio del taller, los participantes contarán con acceso a la plataforma virtual *Ning.com* ([www.ning.com](http://www.ning.com)), que permite la gestión de una comunidad virtual de intercambio de prácticas y de aprendizajes. Cada uno de los participantes contará con una sesión de trabajo particular, desde la que podrán descargar documentos bibliográficos de las materias del Diplomado y establecer conversaciones con los demás participantes del taller y con los docentes. El uso y gestión de la plataforma *Ning.com* estará coordinado por la académica Patricia Peña Miranda, (periodista, MSc Communication, Information and Society, The London School of Economics and Political Science (LSE), Inglaterra y académica del ICEI, Universidad de Chile) quien, además, dictará los módulos sobre Web Social en este Diplomado.

El uso de esta plataforma virtual permitirá mantener el contacto docente- estudiante entre las sesiones de capacitación que se llevarán a cabo de jueves a sábado. Además, posibilitará llevar un control del trabajo que estén realizando los participantes para poner en práctica lo aprendido y para monitorear actividades encargadas por los y las docentes del Diplomado.

Complementariamente se creará y gestionará una lista de correo grupal (utilizando el sistema que ofrece *Google Groups*) para mantener la comunicación y contacto entre el grupo de participantes y facilitar la coordinación de los talleres por parte del cuerpo docente.

## **SEGUIMIENTO:**

Al término de este diplomado, el uso de las redes sociales como herramienta para la comunicación estratégica será monitoreado a través de la plataforma *Ning.com*. Este proceso durará al menos dos meses y permitirá observar cambios en las conductas y apropiación de las nuevas tecnologías por parte de los participantes del Diplomado.

Junto con favorecer el estudio de esta dinámica, el proceso de seguimiento implicará un acompañamiento constante a los participantes del Diplomado y les permitirá resolver dudas puntuales consultando documentos disponibles en el sistema y comunicándose con la docente coordinadora de la plataforma, Patricia Peña Miranda.

A continuación entregamos un ejemplo de uso de la plataforma para otro proyecto de comunidad de práctica y de intercambio de información y experiencias:

Ejemplo de uso de plataforma virtual ning.com por parte de la red de telecentros Telecentre.org en América Latina.

**PROGRAMA DE CONTENIDOS DIPLOMADO EN COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA  
Y GOBIERNO MUNICIPAL**

| <b>SESIÓN</b> | <b>FECHA</b>                                     | <b>CONTENIDOS ESPECÍFICOS</b>  |
|---------------|--|--|
| <b>1</b>      | <b>Viernes 25/11<br/>15:00 a 17:50<br/>Hrs</b>   | Comunicación y ciudadanía.<br>Comunicación en el espacio público local.<br>Tipos de Audiencias.<br>Profesora: Chiara Sáez.                             |
| <b>2</b>      | <b>Viernes 25/11<br/>18:10 a 21:00<br/>Hrs</b>   | Transparencia y control social.<br>Movimientos sociales. Procesos sociales emergentes.<br>Revisión de casos.<br>Profesora: Chiara Sáez.                |
| <b>3</b>      | <b>Sábado 26/11<br/>09:00 a 18:00<br/>Hrs</b>    | Campañas políticas. Estudio del electorado. Estrategia electoral y propaganda. Diseño de campañas políticas.<br>Profesora: Paula Jarpa.                |
| <b>4</b>      | <b>Miércoles 30/11<br/>15:00 a 17:50<br/>Hrs</b> | Sociedad y medios de comunicación.<br>Gestión de proyectos culturales para desarrollar identidad e imagen en los municipios.<br>Profesora: Ximena Póo. |
| <b>5</b>      | <b>Miércoles 30/11<br/>18:10 a 21:00<br/>Hrs</b> | Diseño de campañas de bien público<br>¿Qué es y cómo se diseña una campaña de bien público?<br>Profesor: José Miguel Labrín.                           |
| <b>6</b>      | <b>Jueves 01/12<br/>15:00 a 20:00<br/>Hrs</b>    | Posicionamiento ciudad (City-Branding)<br>¿Qué es el marketing ciudad?<br>Profesora: Susana Cáceres.   |
| <b>7</b>      | <b>Viernes 02/12<br/>15:00 a 17:50<br/>Hrs</b>   | Taller práctico: Marketing ciudad/ comuna<br>Ejercicio de aplicación de contenidos a contexto local.<br>Profesora: Susana Cáceres                      |
| <b>8</b>      | <b>Viernes 02/12<br/>18:10 a 20:00<br/>Hrs</b>   | Gestión de Crisis y acción comunicativa.<br>Formación de equipos de crisis.<br>Vocería.<br>Profesora: Susana Cáceres.                                  |
| <b>9</b>      | <b>Sábado 03/12<br/>09:00 a 19:00<br/>Hrs</b>    | Taller práctico: Media Training.<br>Formación de Voceros.<br>Profesores: Susana Cáceres.<br>Entrevistadores: Sergio Campos y Ximena Póo.               |
| <b>10</b>     | <b>Viernes 16/12<br/>15:00 a 17:50<br/>Hrs</b>   | Planificación Organizacional.<br>La organización como sistema.<br>Imagen, identidad y conflictos.<br>Profesor: Roberto Campos.                         |
| <b>11</b>     | <b>Viernes 16/12<br/>18:10 a 21:00<br/>Hrs</b>   | Análisis de la situación (FODA)<br>Evaluación riesgos<br>Árbol de problemas<br>Profesor: Roberto Campos.   |

|           |  |  |
|-----------|--|--|
| <b>12</b> | <b>Sábado 17/12<br/>09:00 a 18:00<br/>Hrs</b>    | Públicos, objetivos y mensajes.<br>Estrategias, acciones y medios.<br>Profesor: Roberto Campos.  |
| <b>13</b> | <b>Miércoles 21/12<br/>09:00 a 13:00<br/>Hrs</b> | Internet y web aplicado a la gestión comunicacional de alcaldes y concejales.<br>Internet, brecha digital e inclusión social digital en Chile<br>Introducción a la web 2.0 o web social: qué es y cómo podemos trabajar con ella.<br>Profesora: Patricia Peña.   |
| <b>14</b> | <b>Miércoles 21/12<br/>13:00 a 18:00<br/>Hrs</b> | Revisión de Casos prácticos de Municipios online: Qué y para qué y de Alcaldes 2.0.<br>Aplicaciones colaborativas Google Applications: Gmail (correo), creación de grupos y listas de correo, edición colaborativa de documentos (Google Docs). Microblogging, Tumblr.com<br>Profesora: Patricia Peña. |
| <b>15</b> | <b>Viernes 23/12<br/>18:00 a 21:00<br/>Hrs</b>   | Taller práctico: Web Social.<br>Aplicaciones Redes Sociales: Facebook y Twitter personal v/s municipal, cómo y para qué usarlas.<br>Profesora: Patricia Peña.  |
|           | <b>Viernes 23/12<br/>21:00 a 21:30<br/>Hrs</b>   | Cierre del Diplomado y entrega de Diplomas.  |

## EQUIPO DOCENTE:

**José Miguel Labrín Elgueta.** Periodista, Licenciado en Comunicación Social y Magíster en Antropología y Desarrollo de la Universidad de Chile. Doctor © en Comunicación, Cambio Social y Desarrollo de la U. Complutense de Madrid y Doctor © en Antropología Social de la Universidad Autónoma de Madrid. Se ha desempeñado como docente desde 2005 en la Universidad de Chile, Universidad Mayor y Universidad Arcis. En su trayectoria como periodista ha trabajado en el diario *El Mercurio* y entre 2000 y 2006 fue Director de Comunicaciones de la Fundación Ideas, cargo desde el que trabajó como asesor del Fondo Global de Lucha contra el Sida, en el desarrollo de campañas de comunicación social. Actualmente es académico y Subdirector del Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile, donde ejerce docencia de pre y postgrado.

**Ximena Póo Figueroa.** Periodista y Licenciada en Comunicación Social de la Universidad Austral de Chile, Magíster en Relaciones Internacionales y Comunicación de la Universidad Complutense de Madrid. Trabajó como periodista y editora del diario *La Época*, reportera para la agencia internacional de noticias EFE (Madrid, mesa central), la *Revista Rocinante* y fue corresponsal en Europa para el diario *La Tercera*. Actualmente es Doctoranda en Estudios Latinoamericanos (U. de Chile), docente de pre y postgrado en el Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile) y Directora de la Escuela de Periodismo. Además, coordina el Diplomado en Comunicación Estratégica y Liderazgo en Gestión de Proyectos Culturales.

**Patricia Peña Miranda.** Periodista. Licenciada en Comunicación Social y Magíster en Comunicación (Universidad Diego Portales). MSc Communication, Information and Society, The London School of Economics and Political Science (LSE), Inglaterra. Ha sido investigadora y desarrolladora de proyectos de comunicación digital en el Centro de Estudios sobre Inclusión Digital y Sociedad del Conocimiento – CIISOC, de la Universidad de La Frontera (UFRO). Trabajó en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales – FLACSO Chile, y actualmente integra la Mesa de Ciudadanía y Televisión Digital. Es académica del Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile, donde ingresó a través de un concurso público en 2010

**Susana Cáceres.** Periodista de la Universidad de Chile, especializada en Comunicación Estratégica, Diplomada en Responsabilidad Social Empresarial y en Desarrollo Organizacional. Tiene amplia experiencia en planes de comunicación interna y externa. Ha editado publicaciones periódicas y no periódicas; y participado en equipos multidisciplinarios en definición de concepto comunicacional e imagen institucional. Trabajó durante 5 años como directora de comunicación interna en la empresa Nestlé. Ha desarrollado y relatado cursos de habilidades comunicacionales y media training. Es docente de postgrado en el ICEI de la Universidad de Chile.

**Roberto Campos.** Comunicador Social, Ingeniero en Administración, Magíster en Educación, MBA en Administración. Ha ejercido como consultor independiente en organizaciones del sector público y privado. Se desempeña como profesor de programas de postgrado del ICEI de la Universidad de Chile. Se ha especializado en Diseño y Desarrollo de planes comunicacionales 360º y producción de eventos. Actualmente trabaja en Mitsui Auto Finance del grupo Mitsui&co en áreas de Marketing y Control Interno.

**Schiara Sáez.** Socióloga, Doctora en Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona, DEA en Filosofía y Humanidades de la Universidad Pablo de Olavide. Tiene estudios en escritura audiovisual, género, cultura y sexualidad. Se ha desempeñado como asesora del Consejo Nacional de televisión en materias de digitalización y Tercer Sector de la comunicación. Ha sido evaluadora de proyectos sobre Televisión para el Fondo Nacional del Desarrollo de la Ciencia y la

Tecnología (Fondecyt). Actualmente es académica del Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile, donde ingresó a través de un concurso público en 2011.

**Paula Jarpa.** Periodista y Licenciada en Comunicación Social de la Universidad de Chile. Master in Arts in Political Communication, University of Leeds, Inglaterra. Ha ejercido como periodista y subeditora política en distintos medios escritos, entre ellos a La Tercera, La Nación y El Mostrador. Además se ha desempeñado como asesora en comunicaciones en el Ministerio Secretaría General de Gobierno, Ministerio de Educación, Subsecretaría de Interior, Secretaría de Comunicaciones del Gobierno de Chile y Cruz Roja Chilena. Es académica del Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile desde 2011, específicamente en el Magíster de Comunicación Política.

**Sergio Campos.** Periodista y profesor de historia. Premio Nacional de Periodismo 2011. Tiene amplia experiencia profesional. Se ha desempeñado como locutor y periodista en radio Corporación (1970-73) y radio Cooperativa, donde conduce el informativo matinal desde 1981. Ha obtenido diversos reconocimientos como los otorgados por el Círculo de Abogados de Chile (1986), Sindicato de Trabajadores de Radio Cooperativa (1986) y la Asociación de Periodistas de Espectáculos, entidad que lo ha premiado en dos oportunidades por su trayectoria en radio y televisión (1986 y 1991). En 2003 fue distinguido como el Personaje Radial de Año, por la Asociación de Radiodifusores de Chile, ARCHI, y en 2009 con el Premio Gabriela Mistral de educación. Actualmente es académico del Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile. En su desempeño profesional ha entrevistado a más 8.000 protagonistas de la noticia, incluyendo Presidentes de la República y de los más diversos ámbitos.

#### **EQUIPO TÉCNICO:**

Para el óptimo desarrollo de los ejercicios prácticos de Media Training planificados para la sesión del sábado 3 de diciembre, el Instituto de la Comunicación e Imagen proveerá de los equipos audiovisuales utilizados en su estudio de televisión, así como del personal técnico necesario para su manejo y buen funcionamiento.

#### **CUPOS:**

El taller contempla cupos para un máximo de 30 personas.

#### **EVALUACIÓN:**

Cada una de las actividades realizadas durante los talleres prácticos de los días sábados serán evaluadas cualitativamente. También se evaluará la participación en las horas de e-learning consideradas para este programa.

La ponderación de estas evaluaciones en la nota final del diplomado es la siguiente:

| <b>Ítem</b>               | <b>Porcentaje de evaluación</b> | <b>Evaluación final</b> |
|---------------------------|---------------------------------|-------------------------|
| Talleres prácticos        | 70%                             | <b>100%</b>             |
| Participación e- learning | 30%                             |                         |

**ASISTENCIA:**

Es requisito para la aprobación de este Diplomado que los participantes cuenten con un mínimo de 75% de asistencia a la totalidad de las clases (tanto presenciales como e- learning).

Este punto forma parte esencial del **Sistema de Gestión de Calidad de la Universidad de Chile**, que nos permite hoy contar con certificación en las Normas NCH 2728:2003 e ISO 9001:2008.

**NOTA:** El ICEI se reserva la posibilidad de realizar modificaciones a este programa en el caso de presentarse imponderables de carácter urgente.