

## Programa de Asignatura

### 1. Identificación General

Unidad Académica	Escuela de Periodismo, Facultad de Comunicación e Imagen
Carrera/Programa	Periodismo
Nombre del curso	Taller de Comunicación Pública
Código	ESPE25
Tipo/carácter del curso	Electivo
Área de formación	F. Especializada
Nivel/semestre	Semestre VII
SCT del curso	6 créditos
Requisitos	No tiene
Nº de estudiantes estimados/as	20

### 2. Nombre del curso en inglés

Public Communication Workshop
-------------------------------

### 3. Equipo docente

Docente(s) responsable/coordinador(a)	Unidad académica	Correo institucional
Gabriela Carrasco Molina	Facultad de Comunicación e Imagen	g.carrasco@uchile.cl

Docentes colaboradores/as o docentes invitados/as	Unidad académica a la que pertenece
No aplica	

Becario/a de colaboración	No aplica
---------------------------	-----------

#### 4. Carga académica y créditos SCT-Chile

Nº de créditos SCT	6 créditos
Duración total en horas del curso	84 horas
Nº horas de trabajo sincrónico / presencial	35 horas/ 2,5 semanal
Nº horas de trabajo asincrónico / no presencial	49 horas/ 3,5 semanal

#### 5. Modalidad, día y horario

Modalidad	Presencial
Día	Viernes
Horario/sala	14: 30 a 17:00 horas, Aulario C2

#### 6. Competencias específicas o disciplinares a las que contribuye el curso

3.2.a. Diagnosticar las necesidades comunicacionales de organizaciones públicas, comunitarias y privadas.
3.2.d. Considerar el impacto de las estrategias comunicacionales implementadas en organizaciones y medios.

#### 7. Competencias genéricas / sello a las que contribuye el curso

<p>Ámbito: Creación y Gestión. Competencia</p> <p>1. Gestionar innovaciones sobre la comunicación, en organizaciones públicas, comunitarias y privadas.</p>

### 8. Propósito formativo del curso

Entregar herramientas que permitan identificar las características de la comunicación pública y desarrollar estrategias de comunicación que respondan a la necesidad de información de la ciudadanía.

### 9. Resultados de aprendizaje del curso

Las y los estudiantes serán capaces de desarrollar un plan de comunicación que responda a los objetivos de comunicación de instituciones públicas y las necesidades de información de la ciudadanía.

### 10. Saberes fundamentales - contenidos / unidades temáticas e indicadores de logro(aprendizaje)

10.		
Unidades	Contenidos	Indicadores de Aprendizaje
Unidad I Funcionamiento del Estado y contexto político comunicacional.	Visión general de los organismos públicos en Chile: Ministerios, Subsecretarías, Servicios, Superintendencias. Conceptos claves para entender el Estado. Contexto político comunicacional.	Distingue las distintas instituciones del país y su funcionamiento. Analiza el contexto político comunicacional.
Unidad II Comunicación y políticas públicas. Responsabilidad de los organismos públicos de informar a la	Características de la comunicación pública. Cómo comunicar las políticas públicas Ley de transparencia y Ley del lobby.	Analiza la comunicación pública y sus características. Maneja conceptos sobre comunicación y políticas públicas. Conoce los

ciudadanía.		principios de las leyes de transparencia y de lobby.
Unidad III Características y funciones del trabajo en la comunicación pública y su contexto	Testimonios, elementos de contexto socio comunicacional, funciones, gestión de bienes intangibles, diversidad de tareas.	Reconoce las características de la comunicación pública y de las funciones y responsabilidades de las y los comunicadores públicos.
Unidad IV Planificación de estrategia comunicacional	Estrategia(s) de comunicación y su estructura: Análisis de la situación; objetivos; públicos; mensajes; acciones; cronograma y evaluación.	Distingue etapas de una estrategia comunicacional. Desarrolla un Plan de Acción. Aplica distintos recursos comunicacionales para la elaboración de contenidos y productos que forman parte de la estrategia.

11. Estrategias metodológicas  
a) Descripción general de las metodologías

Este curso, teórico práctico, propone las siguientes metodologías de enseñanza y aprendizaje:

- Clases expositivas para entregar marcos conceptuales, herramientas y técnicas sobre los tópicos abordados.
- Trabajo en grupo de aplicación de lo aprendido.
- Análisis, seguimiento y propuestas en torno a problemas/temas reales de comunicación de organismos públicos, aplicando los contenidos del curso.
- Lecturas, videos, podcast y contenidos de la Web para apoyar los contenidos vistos en clases.
- Testimonio/s de profesional/es que trabaja/n en áreas de comunicaciones de organismos del Estado, para acercar la labor concreta que realizan a las y los estudiantes. Esto puede ser a través de videos o visita presencial.

Esquema de evaluaciones/estrategia evaluativa en el curso

Actividad de evaluación	Tipo de evaluación	Ponderación en la nota final
Trabajo grupal en torno a un primer análisis comunicacional sobre el servicio público elegido.	Sumativa	20%
Ensayo individual sobre tema a elección, que tenga que ver con los contenidos vistos en clases.	Sumativa	30%
Trabajo grupal final: Planificación estratégica comunicacional para el servicio público elegido.	Sumativa	35%
Autoevaluación individual.	Sumativa	15%

12. Planificación y cronograma preliminar del curso:

Semana	Fecha y hora	Actividades		Docente
		Sincrónicas / Presenciales	Asincrónicas / No presenciales	
1	14 de marzo	Clase en que se presentan los objetivos, características y normas del curso, además de quienes lo conformamos, a través de distintas dinámicas.	Completar cuestionario inicial individual en línea, revisar materiales e integrar el curso a la planificación semestral.	Gabriela Carrasco
2	21 de marzo	Clase teórico-práctica en torno al Estado y los organismos públicos. Incluye trabajo en grupo.	Ver y escuchar videos y podcast recomendados.	Gabriela Carrasco
3	28 de marzo	Clase teórico-práctica sobre la importancia del contexto en la comunicación pública. Elección de organismo público que se seguirá trabajando en grupo durante el semestre.	Investigar sobre el servicio público elegido y revisar material bibliográfico del curso.	Gabriela Carrasco
4	4 de abril	Clase teórico-práctica en torno a la comunicación desde el Estado y sus características.	Trabajar en análisis y presentación del servicio público elegido.	Gabriela Carrasco
5	11 de abril	Presentación de grupos para recibir feedback del trabajo realizado.	Trabajar en grupo para entrega de evaluación.	Gabriela Carrasco
6	18 de abril	Feriado		
7	25 de abril	Clase teórico práctica sobre características del contexto socio-comunicacional actual como la desconfianza, la postverdad y la politización de la comunicación. Entrega de trabajo escrito en grupo.	Lectura/visión/ análisis de lo visto hasta el momento y comenzar a pensar y trabajar en el inicio de ensayo.	Gabriela Carrasco
8	2 de mayo	Pausa primer semestre (Interferiado)		
9	9 de mayo	Ley de transparencia y lobby	Lectura/visión/ análisis de lo visto hasta el	Gabriela Carrasco

			momento y material bibliográfico del curso.	
10	16 de mayo	Clase basada en testimonio/s para	Escribir ensayo.	Gabriela Carrasco
11	23 de mayo	Estrategia y planificación: diagnóstico y objetivos. Entrega de ensayo individual.	Leer, elegir tema y avanzar en el análisis de diagnóstico y objetivos para el plan que propondrán.	Gabriela Carrasco
12	30 de mayo	Estrategia y planificación: públicos y mensajes	Leer, afinar la planificación estratégica y avanzar en la definición de públicos y mensajes.	Gabriela Carrasco
13	6 de junio	Estrategia y planificación: acciones, cronograma y evaluación	Leer, pulir la planificación estratégica y avanzar en la propuesta de acciones, cronograma y evaluación del plan.	Gabriela Carrasco
14	13 de junio	Revisión y feedback de planificaciones estratégicas. Aclaración de dudas.	Trabajar en grupo para la presentación y entrega de trabajo final.	Gabriela Carrasco
15	20 de junio	Semana de trabajo autónomo		
16	27 de junio	Presentaciones grupales del trabajo final	Desarrollo de autoevaluación.	Gabriela Carrasco
17	4 de julio	Taller de Comunicación con Perspectiva de Género	Quienes deban dar examen, prepararlo.	Gabriela Carrasco, con tallerista invitada Bárbara Paulsen, encargada de comunicaciones de la Dirección de Género de la Universidad de Chile
18	18 de julio	EXÁMEN		

13. Requisitos de aprobación:

Asistencia 75% mínima en relación a las sesiones realizadas y nota final superior a 4.0

#### 14. Recursos de aprendizaje o bibliografía

##### **a) básica obligatoria**

Canel, María José (2018). *La comunicación de la administración pública. Para gobernar con la sociedad*. Fondo de Cultura Económica, México. (Algunos capítulos)

##### **b) adicional o bibliografía complementaria**

Gianfrini, M. F., Guerrini, L., & Iotti, A. L. (2019). Planificar la comunicación gubernamental: enfoques y prácticas que guían la tarea de los/as comunicadores/as sociales en la gestión de políticas públicas entre 2011 y 2018. *Actas De Periodismo Y Comunicación*, 4(2). Recuperado a partir de <https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas/article/view/5355>

Madroñero, G., & Capriotti, P. (2018). La etapa de la Estrategia de Comunicación en el proceso de planificación de la comunicación y las relaciones públicas / The stage of Communication Strategy in the planning process of communication and public relations. *Revista Internacional De Relaciones Públicas*, 8(16), 171–186. <https://doi.org/10.5783/revrrpp.v8i16.542>

White, Ribert (2007). *Comunicar Comunidad. Aportes Para una Etica de la Comunicación Pública*. Editorial La Crujía, Argentina (Un par de capítulos).

Diversas guías y manuales que serán subidos a U-Cursos sobre accesibilidad, uso de lenguaje para discapacidad, perspectiva de género, redes sociales, planificación de la comunicación en instituciones públicas, etc.

##### **c) Recursos web (serán subidos a U-Cursos, se pueden agregar actualizaciones y nuevo material contingente)**

###### **Podcast Guía Ciudadana. Gobierno de Chile**

Podcast de educación cívica, lanzado por el gobierno de Chile en marzo de 2024. Estreno de capítulos todos los días jueves. Tiene contenido atinente a la materia del curso, pero además es un ejemplo de comunicación pública. <https://open.spotify.com/show/78HW9lbzyajZITzFqM2jSP?si=88374f806036427d>

**Organigrama de la administración del Estado** (Última actualización en 2025).

**Diversos estudios**, en sus versiones actualizadas, por ejemplo: *Digital News Report Encuesta Bicentenario* o *Encuesta Nacional de Derechos Humanos*, entre otros.

##### **VIDEOS**

**Pamela Astudillo: La comunicación es la estrategia**

*Charla de Pamela Astudillo, consultora en comunicación y transformación cultural, quien desde la biología cultural plantea una forma de comprender las comunicaciones en una organización, como algo fundamental y no accesorio, que va mucho más allá de los contenidos. 5 de mayo de 2024*

<https://www.youtube.com/live/5g3TxsV-R58?feature=shared>

**María José Canel: Ted Talk en Unisabana Ágora.**

*Charla de María José Canel: Generar confianza en tiempos de posverdad, oportunidades y desafíos de la Agenda 2030, en el año 2019.*

<https://youtu.be/BQJYGJnXiXA?feature=shared>

**Presentación del libro: La Comunicación de la Administración Pública de María José Canel**

*"¿Cómo hay que comunicar para gobernar a la sociedad? La autora analiza los problemas a los que se enfrenta la Administración Pública (la desconfianza, posverdad, la interacción en las redes) y propone pautas para comunicar adecuadamente".*

<https://www.youtube.com/watch?v=0M002-9LIGk>

**Valparaíso 2019. La crisis global de la democracia liberal: Manuel Castells**

*"La gran mayoría de los ciudadanos del mundo no consideran que los partidos políticos, las instituciones políticas y los políticos, los representan adecuadamente. La democracia liberal está en declive en las mentes de los ciudadanos en casi todo el mundo, lo que ha significado el ascenso a posiciones de poder de líderes que construyen su popularidad a partir de la crítica de los partidos tradicionales y las élites financieras. Este fenómeno es lo que está detrás de la elección de Trump, del Brexit, de Salvini, de Orban, del incremento de la extrema derecha en el mundo, así como de la elección de Bolsonaro en Brasil y del descontento político en gran parte de América Latina. Al parecer la tendencia es global y simultánea, el sociólogo Manuel Castells nos invitó a reflexionar sobre las probables causas estructurales de este nuevo escenario político y social".*

<https://www.youtube.com/watch?v=q9blcS9bxO0>

**En Palabras Simples: Qué es la ley de transparencia, 2017**

*Video del área de comunicaciones del Poder Judicial para explicar, a través de un programa con entrevista, de qué se trata la Ley de Transparencia.*

<https://youtu.be/K-AIB1wVrtU?feature=shared>

**Ley del Lobby**

*Video explicativo del Consejo para la transparencia.*

<https://youtu.be/6cLz23GTw-4?feature=shared>

## **COLUMNAS**

*Macarena Peña y Lillo, Verónica Rocamora, Karla Palma, Cristian Cabalin y Carmina Rodríguez, julio de 2020. **Una vuelta radical hacia una comunicación pública e inclusiva***

*Columna en torno a los mensajes del gobierno de Sebastián Piñera durante la pandemia, donde se plantea la diferencia entre marketing político y comunicación pública.*

<https://www.ciperchile.cl/2020/07/17/una-vuelta-radical-hacia-una-comunicacion-publica-e-inclusiva/>

*Juan Carlos Blanco, 2024. **No tengas miedo a escribir en corto***

*Recuerda la importancia de la claridad a la hora de comunicar, lo que es fundamental cuando se necesita llegar a sectores amplios de la ciudadanía, como es el caso de la comunicación pública.*

<https://juancarlosblanco.es/2024/05/02/no-tengas-miedo-a-escribir-en-corto/>

### 15. Requisitos de asistencia y/o participación

Asistencia 75% mínima en relación a las sesiones realizadas. La asistencia y participación serán parte de los criterios de autoevaluación.