

# MPOCS

## Metodologías Participativas y Comunicación para la Creatividad Social

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN

1ª Edición

Título Propio ofertado por el Centro de Formación Permanente de la Universidad Complutense de Madrid (UCM) e impartido en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociología.

PROMOVIDO



## PROGRAMA ACADÉMICO

Módulo		Créditos ECTS	Modalidad	Contenidos
1	EPISTEMOLOGÍA DE LAS CIENCIAS SOCIALES Y LOS PROCESOS PARTICIPATIVOS	3	Presencial	Enfoques sobre la complejidad, sistemas emergentes y las Ciencias Sociales. Seis saltos en la construcción de la sociopraxis. Perspectiva de género, sostenibilidad y derechos humanos en los procesos de participación. Tecnopolítica, activismo mediático-digital y redes de contrapoder para la organización.
2	METODOLOGÍA DE LOS PROCESOS PARTICIPATIVOS	6	Presencial	Paseando el territorio: derivas y transectos. Sociodrama de entrada en campo. Grupo Motor, Comisión de Seguimiento y plan de trabajo. Técnicas cuantitativas, cualitativas y participativas de escucha y auto-diagnóstico. Teoría de redes: mapeos y sociogramas. La muestra relacional. Psicología grupal, facilitación de grupos y gestión de conflictos. La escucha: Entrevistas y grupos de discusión. El arte como estrategia de participación. Análisis de discursos y multilemas.
3	PLANIFICACIÓN Y EVALUACIÓN PARTICIPATIVAS	5	Presencial	Técnicas de planificación participativa. Devolución de la información: flujograma, nudos críticos y árboles de problemas. La idea fuerza y las propuestas participativas. La planificación participativa: modelos y estrategias. El Plan de Acción Integral y Sostenible (PAIS). Técnicas para la interculturalidad y el trabajo con colectivos específicos. Técnicas de ejecución y evaluación participativa. Evaluación y seguimiento del Plan de Acción: construcción de indicadores. Redes democrático-participativas y los desbordes reversivos.
4	COMUNICACIÓN PARTICIPATIVA	4	Presencial (Transversal)	El Plan de comunicación. La Comunicación participativa. Técnicas cualitativas en el estudio de la comunicación social. Taller de imagen y técnicas de comunicación. Potencialidades y límites de la participación y las tecnologías en los procesos de comunicación. La comunicación del Plan de Acción: imagen y redes sociales.
5	HERRAMIENTAS DIGITALES DE PARTICIPACIÓN Y COMUNICACIÓN	4	On-line	Escenario actual del ciberespacio para la participación ciudadana y la comunicación en la Era de Internet. Las herramientas digitales corporativas y las empresas que los ofertan (Google, Amazon, Facebook y Apple, GAFA). Herramientas digitales para el desarrollo de proyectos de comunicación colaborativos y abiertos a la participación de la ciudadanía en Red.
6	EXPERIENCIAS DE PROCESOS PARTICIPATIVOS	5	Presencial	Los planes comunitarios. Experiencias de comunicación participativa. Los presupuestos participativos. Experiencias participativas con enfoque de género. Experiencias de agroecología y sostenibilidad.

**MÁS INFORMACIÓN:**

<https://www.ucm.es/cfp/>

<https://creatividadsocial.es/>

[creatividadsocial@ucm.es](mailto:creatividadsocial@ucm.es)