



DIPLOMA EN COMUNICACIÓN POLÍTICA



Konrad
Adenauer
Stiftung



SOBRE EL DIPLOMA

La política es un fenómeno multifacético que involucra una búsqueda de poder e influencia. Es también un proceso de toma de decisiones que determina la división de los bienes de la sociedad, establece leyes, derechos y prohibiciones. En todos estos procesos, la comunicación es un factor fundamental. Por su propia naturaleza, la política sin comunicación es impensable.

El Diploma tiene como objetivo analizar los actores, los procesos y las estrategias involucrados en la comunicación política desde los gobiernos, hasta las estrategias electorales de los partidos políticos. Se estudiará la importancia que tiene generar consensos que legitimen el apoyo conseguido a través del voto, la comunicación de organizaciones civiles o los nuevos ámbitos de debate público en redes sociales y el papel que ocupan los medios de comunicación en estos procesos.

CALENDARIO DEL PROGRAMA

1° DICIEMBRE **Apertura de postulaciones**

15 DE MARZO **Cierre de postulaciones**

2 DE ABRIL **Comunicación de resultados**

ABRIL - JUNIO **Cursada online**

25 JUNIO - 6 JULIO **Cursada presencial en Montevideo, Uruguay**



Belén Amadeo

COMUNICACIÓN POLÍTICA Y OPINIÓN PÚBLICA

Licenciada en Ciencia Política por la Universidad de Buenos Aires y doctora en Comunicación Pública por la Universidad de Navarra, España.

El comprender las estrategias subyacentes en la comunicación electoral, la comunicación gubernamental, la comunicación en situación de crisis, o en el posicionamiento de un candidato es la clave para aproximarse a la Comunicación Política. En este curso se abordará especialmente el concepto de Política espectáculo, y la relación entre los medios de comunicación, la clase política y los ciudadanos. Para eso será necesario discutir sobre la cultura política y el papel de los medios de comunicación.

Juan Pablo Cannata

GESTIÓN DEL DISCURSO PÚBLICO

Licenciado en Comunicación por la Universidad Austral y Magíster en Sociología por FLACSO. Profesor en universidades de Uruguay, Argentina, México y Colombia

Las nuevas tecnologías han generado una revolución que democratizó el acceso al escenario público y transformó casi cualquier situación de interacción en potencialmente pública. Es más fácil publicitar un mensaje, pero es más difícil que sea relevante porque compite con muchos más mensajes. El curso consiste en la discusión de elementos teóricos y prácticos que ayuden a ver la complejidad discursiva del escenario público en el siglo XXI y brindar herramientas para analizar y producir discursos de forma sistemática y estratégica.



Luciano Elizalde

COMUNICACIÓN DE CRISIS

Doctor en Comunicación (Universidad de la Laguna, Canarias, España). Magíster en Ciencias Sociales, con orientación en Sociología (FLACSO). Decano de la Facultad de Comunicación (Universidad Austral).

El curso de comunicación de crisis tiene como objetivo analizar este fenómeno desde la visión de asuntos públicos. Desde este punto de vista, la crisis puede definirse como el resultado de la percepción de cierta posibilidad de que falte consenso o apoyo a la organización o a una persona. Desde esta visión, es posible que la crisis pueda ser prevista porque se entiende cuál es la estructura central de poder de la organización, cuáles son las relaciones de interdependencias con otros agentes y qué necesidades son vitales para continuar con los objetivos básicos de la corporación. La crisis es, además, la experiencia de incertidumbre de un agente acerca de cómo hacer para mejorar el apoyo que necesita sobre sus acciones.

Elisa Lieber

ESTRATEGIAS AUDIOVISUALES EN CAMPAÑAS ELECTORALES

Licenciada en Ciencias de la Comunicación, recibida en la Universidad Católica del Uruguay, con especializaciones en Santiago de Chile, Atlanta y Londres. Profesora de Comunicación televisiva I y II

Las campañas electorales cada vez tienen un componente audiovisual más fuerte: a las entrevistas televisivas se suman los micros audiovisuales en redes sociales. En ese contexto, la imagen que transmiten los candidatos es clave en la estrategia electoral. En este módulo se estudiarán los diferentes tipos de entrevistas y periodistas; cómo prepararse para dar un mensaje coherente y entretener al mismo tiempo; cómo ser natural y generar empatía con el público. A través de ejemplos audiovisuales y ejercicios prácticos, se analizará la importancia del lenguaje corporal de los candidatos y también la preparación del contenido que se quiere comunicar.





Carina Novarese

ESTRATEGIAS EN REDES SOCIALES

Licenciada en Comunicación por la Universidad Católica. Es profesora de Comunicación digital en el Máster de Dirección en Comunicación de la Universidad de Montevideo y gerente de contenidos digitales de El Observador.

El uso de redes sociales para construir y difundir campañas y actividades políticas, ya sean de un colectivo o de un individuo, ha evolucionado de forma exponencial en pocos años, tanto por su volumen como en lo que refiere a estrategias; ya sea las que priorizan la transparencia, u otras totalmente oscuras y hasta ilegales. En la cancha de las redes sociales ya no solo se juega la imagen y la reputación de un candidato o partido, sino su propia supervivencia. Conocer las nuevas formas de comunicación y las estrategias antes mencionadas -legales o no, éticas o no- es una necesidad para quien deba gestionar cualquier movida política en los tiempos que corren.

Mario Riorda

COMUNICACIÓN DE GOBIERNO

Coordinador del posgrado en Comunicación Política de Universidad Austral. Consultor en estrategia y comunicación para gobiernos y partidos en América Latina. Fue Decano de la Facultad de Ciencia Política de la Universidad católica de Córdoba



El curso se centra en analizar el objetivo de la comunicación gubernamental: legitimar más que publicitar. Se expondrán tips para evaluar una buena comunicación, las características que distinguen a la comunicación gubernamental y las prácticas rutinarias de la comunicación gubernamental. Además, se analizará la organización de los gabinetes de comunicación y sus principales funciones, y se hablará sobre el consenso en las políticas públicas, los gobiernos y mitos de gobierno, y las funciones y los tipos de la comunicación en una organización gubernamental.



Patricia Schroeder

MEDIA TRAINING

Magíster en Gestión de Comunicación en las Organizaciones (Universidad Austral). Directora del Máster en Dirección de Comunicación y titular de la Cátedra de Comunicación estratégica.

La comunicación política tiene un fuerte componente de exposición mediática. Los líderes políticos se exponen a diario a dar su punto de vista en los medios de comunicación y hacerlo de una manera eficaz es crucial para conectar con la opinión pública. El curso ofrece una práctica de vocería en programas de radio y televisión de modo que los participantes tengan una evaluación de su desempeño ante cámaras o en un estudio de radio. Durante las sesiones trabajaremos con periodistas con experiencia en el área de comunicación política de medios locales y con enfoque regional.

Roberto Starke

RELACIONES ENTRE LOS PODERES PÚBLICOS

Magíster en Sociología (UCA), Mag. en Política Internacional (Georgetown University). Es analista político, consultor en temas de estrategia comunicacional para empresas y consultor para campañas políticas.

El objetivo del programa es adquirir conocimiento sobre los procesos que rigen las relaciones entre los poderes políticos, especialmente entre el Ejecutivo y el Legislativo; cómo es que funciona la dinámica de supuestos frenos y contrapesos del poder en la región. Además, se explorará cómo es la relación entre el Poder Ejecutivo y otras instituciones: sindicatos, sectores económicos, iglesias, ONGs, etc. para comprender cómo son los procesos de creación de consensos y las estrategias de comunicación más efectivas en estas relaciones.





Daniel Supervielle

NUEVOS MEDIOS Y SOCIEDAD

Licenciado en Comunicación por la Universidad Católica. Profesor de Comunicación radiofónica en la FCOM. Profesor de Noticias, medios y opinión pública en el Máster en Dirección de Comunicación de la Universidad de Montevideo.

Los medios y la cultura están atravesando una serie de transformaciones con la aparición de nuevas tecnologías, nuevas formas de entretenimiento, nuevos escenarios para el debate político y nuevos modelos para el discurso público. La hiper comunicación no quiere decir, sin embargo, que estemos más informados. Estos nuevos procesos afectan la forma de relacionamiento entre gobernantes y ciudadanos y, sobre todo, la manera en que se toman las decisiones políticas. En este curso se reflexionará, desde una mirada crítica y a través del análisis, sobre la nueva realidad de los medios, los mensajes que transmiten y la relación que entablan con los actores tradicionales (políticos, organizaciones de gobiernos, ONGs, corporaciones) y la opinión pública (y los nuevos roles que asume en este escenario).

Ignacio Zuasnábar

AMÉRICA LATINA: POLÍTICA, CULTURA Y SOCIEDAD

Licenciado en Sociología (UCU), Magíster en Sociología y Ciencias Políticas por la Universidad del País Vasco. Consultor político y analista de opinión pública. Director de Equipos Consultores.



El curso está centrado en el análisis de la cultura política y la democracia en el contexto latinoamericano, relevantes y necesarios para situar los debates acerca de la comunicación política en el continente. Además, se estudiará especialmente la estabilidad y los cambios de valores en las sociedades latinoamericanas, y la participación política de los jóvenes en estos países.

ADMISIONES

PERFIL DE ALUMNOS

Egresados universitarios con perfil de liderazgo, interesados en comprender las prácticas de comunicación que influyen en la actividad política y gubernamental de toda América Latina.

Podrá interesar a graduados en comunicación, ciencias políticas, relaciones internacionales, consultores, profesionales vinculados a organizaciones de la sociedad civil, entre otros.

POSTULACIONES

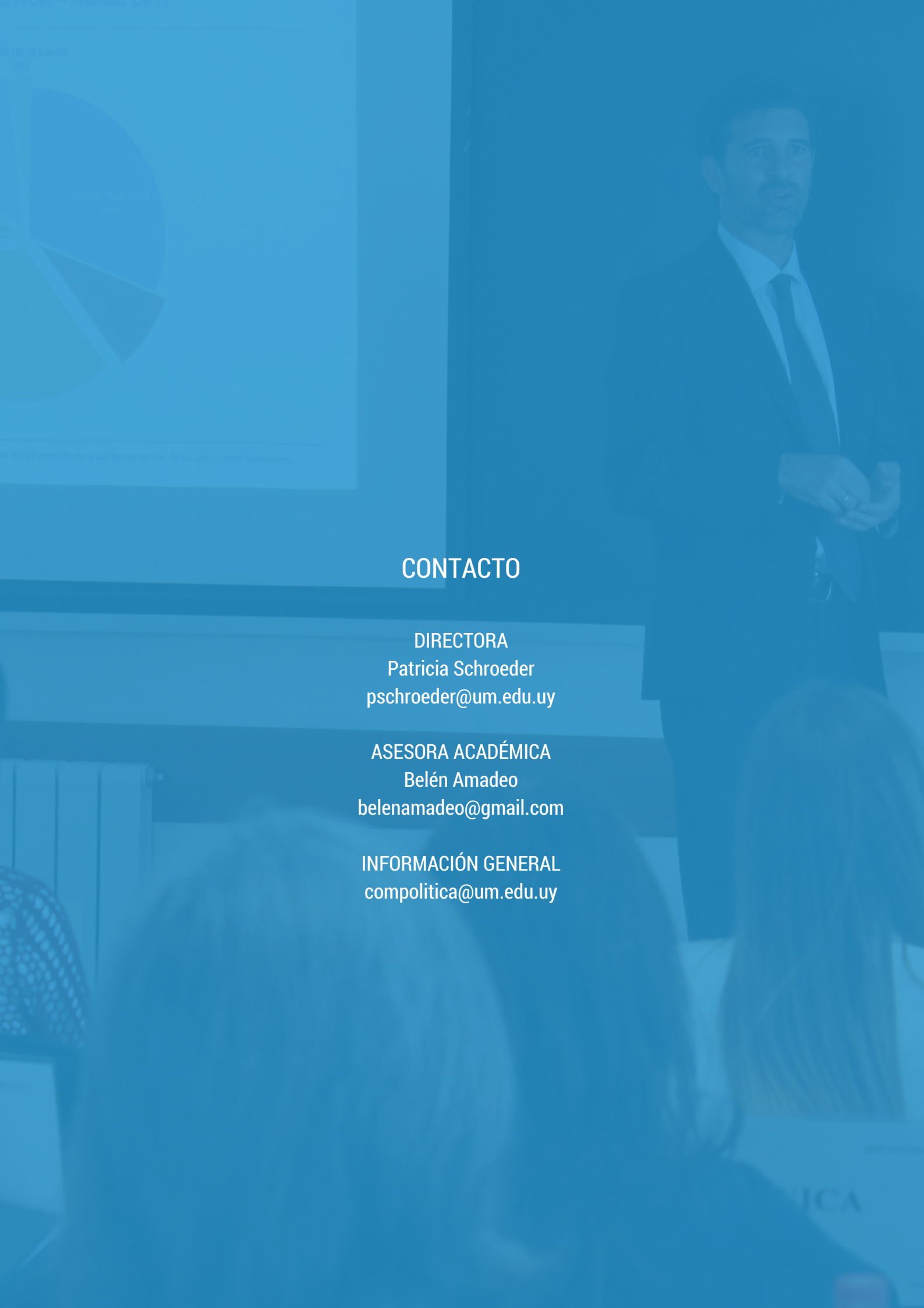
Completar formulario de postulación: <http://bit.ly/compolitica2018>

Enviar documento de identidad + carta de presentación (1 carilla)
a compolitica@um.edu.uy

La postulación será ingresada una vez que se reciba toda la documentación solicitada.

* Todos quienes resulten seleccionados recibirán una beca del 100% de la matrícula. Los estudiantes internacionales tendrán cubiertos los costos de alojamiento y manutención para la instancia presencial, y correrán por su cuenta los traslados desde y hacia Montevideo.





CONTACTO

DIRECTORA

Patricia Schroeder
pschroeder@um.edu.uy

ASESORA ACADÉMICA

Belén Amadeo
belenamadeo@gmail.com

INFORMACIÓN GENERAL

compolitica@um.edu.uy