**PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS**

**1. TÍTULO DEL CURSO**

|  |
| --- |
| El rol del agente de prensa y la gestión cultural |

**2. DOCENTE A CARGO Y EQUIPO DOCENTE**

|  |  |
| --- | --- |
| **APELLIDO Y NOMBRE** | Analía Cobas |
|  |  |
|  |  |

**3. JUSTIFICACIÓN - FUNDAMENTACIÓN**

|  |
| --- |
| Se trata de un taller abierto online destinado a estudiantes de grado, graduados/as y docentes de la Carrera de Ciencias de la Comunicación que deseen enriquecer su formación adentrándose en el mundo de la prensa y la gestión cultural. Se brindarán herramientas específicas para conocer y aprender el trabajo de un agente de prensa y se debatirá acerca de cómo profesionalizar el oficio. Habrá una serie de invitados que nutrirán cada encuentro, el primero será Eduardo Slusarczuk, editor general de Clarín/Espectáculos. Nos dará su mirada de cómo se trabaja en una redacción, que es lo que entorpece o facilita su trabajo desde nuestro aporte.  Analizaremos ejemplos de campañas fallidas y exitosas, desde la elección tipografía, el copy y el titular, hasta el encuadre de la foto o el arte de tapa de un disco. Se realizarán ejercicios para comenzar a pensar desde la comunicación en cómo generar el famoso “gancho” para llamar la atención del periodista que puede recibir cientos de propuestas al día. Se brindarán herramientas para entender que es la comunicación 360° y cuáles son los beneficios de entender que todo comunica. Cómo beneficia tener activa la mirada de publicista a todo el proceso que atraviesa un proyecto cultural.  Uriel Fernández será el segundo invitado y nos explicará que es la gestión cultural y cómo impacta en la vida social. Nos preguntaremos como desde la conjunción de nuestro trabajo, tanto los agentes de prensa como los gestores culturales podemos generar un aporte en la cultura. Como a través de una modalidad de trabajo que permita ser impecables con nuestras palabras seremos profesionales de la comunicación que brindan soluciones a los distintos medios. Cómo lograr que el periodista/medio nos contacte. Cómo organizar un evento exitoso. Qué no puede faltar en una ronda de prensa, como podemos mejorar nuestro trabajo. Qué es el networking y como nos podemos beneficiar de esto/ concepto de ser aldea como colegas. Cómo diferenciarse de la competencia. Estas son algunas de las preguntas que nos iremos haciendo a lo largo de cada encuentro.  Analizaremos la ley de capitales culturales que rige en Argentina desde el 2003 ¿Un estado presente facilita el desarrollo de capital cultural? Reflexionaremos, por ejemplo, acerca de cuál es el bien que obtiene un espectador a la salida del teatro. Invitaremos a Jorge Dubatti a hablar de la escuela de espectadores que formó hace varios años y cuál es el resultado. |

**4. OBJETIVOS**

|  |
| --- |
| Objetivos generales del taller: El taller tiene por objetivo establecer el alcance, límites y potencialidades del trabajo de un comunicador como agente de prensa cultural. Pretende dar herramientas prácticas a todxs aquellxs que se interesen en trabajar el mundo del arte (en sentido amplio) y la comunicación. Se abordarán los desafíos de trabajar en este campo de manera dinámica y práctica, con ejemplos de la experiencia laboral cotidiana. El taller busca vislumbrar cómo podemos colaborar como comunicadorxs para profesionalizar el oficio. Lxs cursantes podrán enriquecer su formación académica y/o profesional y ampliar el espectro de conocimientos brindándoles herramientas para una posible salida laboral como agentes de prensa culturales. Potenciar ideas para derribar las trabas a la hora de comenzar el trabajo. |

**5. PROGRAMA A DESARROLLAR**

|  |
| --- |
| **Encuentro 1**  ¿De qué trabaja un agente de prensa? Alcance del rol y responsabilidades  ¿Cómo facilitar la tarea de los periodistas?  ¿Cómo comunicamos cultura? Instalar un tema en agenda / contracultura  ¿Cómo seleccionar los proyectos a difundir? Ciclo de vida del proyecto / los “decibles” de la época  **Encuentro 2**  ¿A quién llamar? ¿Cómo contactar a la prensa?  Creación de agenda de contactos/ cómo administrarla  Segmentación de medios/alcance del proyecto  **Encuentro 3**  Primer invitado: Eduardo Slusarczuck  ¿cómo funciona una redacción?  ¿Cómo impacta el rol de un agente de prensa en el medio?  Lo que no hay que hacer / lo que si hay que hacer / que debería hacer un agente de prensa?  ¿Cuál es la mirada del periodista a la hora de descartar un contenido?  Análisis de un caso  **Encuentro 4**  Creación de la gacetilla de prensa/ estética/ kit press  Alcance y límites de nuestro rol / trabajar sin falsas promesas  ¿Cuándo termina nuestro trabajo, alguna vez termina?  ¿Cómo mostrar nuestro trabajo? Clipping de prensa  **Encuentro 5**  Segundo invitado: Uriel Fernández director de FESTIVAR  ¿Qué es la gestión cultural?  ¿Cuál es el aporte de la cultura en la vida social? Cómo nuestro trabajo deja una marca en la sociedad, como generar un impacto positivo desde nuestro rol.  **Encuentro 6**  Tercer invitado: Jorge Dubatti  Que es la escuela de espectadores, cómo funciona?  Trabajo grupal: consignas y puesta en marcha.  **Encuentro 7**  ¿Qué hacemos el día del estreno/ lanzamiento? / como no colapsar ante las bajas de las confirmaciones  Organización del evento/ Cómo citar a una ronda de prensa  No pares sigue, sigue / ¿Qué pasa luego del evento?  **Encuentro 8**  Devolución de los trabajos. Consultas y cierre del curso |

**6. BIBLIOGRAFÍA**

|  |
| --- |
| Bourdieu, Pierre y Passeron, Jean-Claude. La reproducción, 1973  Carnegie, Dale, Como ganar amigos e influenciar positivamente a las personas, 1936  De Certeau, Michel. La invención de lo cotidiano,1979  Ford, Aníbal. Los medios. Tráfico y accidentes trasdisciplinarios. Navegaciones, Buenos Aires, Argentina, 1994.  Foucault, Michel. El Orden del Discurso. Lección inaugural en el Collége de France. México, 1970.  Foucault, Michel. Defender la sociedad. (1975-1976). Fondo de la Cultura Económica, Distrito Federal, México, 2000.  Karl Marx, El 18 de brumario de Luis Bonaparte, 1852  Mc Luhan, Guerra y paz en la Aldea Global, 1968  Ortiz, Renato. Modernidad, mundo e identidades. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, Junio, año/vol. III, número 005. Universidad de Colima. Colima, México, 1997.  Theodore, Roszak El nacimiento de una contracultura,1968 |

**7. MODALIDAD DE DICTADO**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **PRESENCIAL** | **VIRTUAL** | **SEMI-PRESENCIAL** |
|  | X |  |

**8. MODALIDAD DE EVALUACIÓN**

|  |
| --- |
| Se presenta un trabajo final por equipo. |

**9. DURACIÓN**

|  |  |
| --- | --- |
| **CARGA HORARIA**  **2 horas / 8 encuentros** | |
| **CARGA HORARIA TOTAL**  **16 hs** | |
|  | |
| **CANTIDAD DE CLASES TOTALES**  **8** | |
|  | |
| **SINCRÓNICA** | **ASINCRÓNICA** |
| **X** |  |

**10. REQUISITOS MÍNIMOS DE INSCRIPCIÓN**

|  |
| --- |
| Abierto a estudiantes, graduadxs, docentes y nodocentes de la UBA y al público en general, tengan o no experiencia en el ámbito de la prensa y la gestión cultural. |

**NOTAS - OBSERVACIONES**

|  |
| --- |
| Las clases serán dinámicas con amplia interacción del alumnado e invitados especiales del rubro. |