**PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS**

1. **TÍTULO DEL CURSO**

| **TECNOPOLÍTICA Y COMUNICACIÓN**  |
| --- |

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

| **APELLIDO Y NOMBRE** | **Docente a cargo**: Lic. Silvina Morelli **Equipo docente**: Lic. Julio Rodríguez Fernández  |
| --- | --- |

**3. JUSTIFICACIÓN - FUNDAMENTACIÓN**

| Vivimos en ciberculturas de multitudes conectadas donde se desarrolla la tecnopolítica -un conjunto de herramientas del mundo digital que comunican subjetividades personales, un proyecto político, un producto y/o una marca-. Desde la pre-pandemia hablamos en estos términos, en tanto las experiencias en pandemia y la pos-pandemia como escenarios VICA (volátiles, inciertos, complejos y ambiguos), nos invitan a profundizar la reflexión. En este contexto, los medios sociales en internet ya no son cosa de expertos y exigen a la política y a los políticos una comunicación estratégica que incluya lógicas propias de la red. Así, los formatos, los contenidos, las estéticas, la escucha social y las interacciones deberán estar en sintonía con un universo de electores y ciudadanos cada vez más empoderados. Centrada en estas cuestiones, la formación en Tecnopolítica y Comunicación apunta a identificar los desafíos de estos tiempos para gestionar la comunicación de manera efectiva y estratégica. |
| --- |

**4. OBJETIVOS**

|  1- Promover el pensamiento crítico reflexionando sobre la relación que se establece entre la tecnopolítica -como herramienta de comunicación- y el mundo político y de gobierno.2- Que los estudiantes adquieran competencias para evaluar la realidad comunicacional y establecer acciones estratégicas. 3-Que los estudiantes adquieran competencias para el asesoramiento y la implementación de programas de comunicación integral, en entornos donde la tecnopolítica incide de manera determinante. |
| --- |

**. PROGRAMA A DESARROLLAR**

| **Clase 1 Asincrónica - Módulo 1** Comunicación: paradigma informacional y relacional. Identidad e imagen en la programación estratégica de la comunicación. Comunicación tradicional y comunicación digital. Tecnopolítica. Hitos de la relación entre la política y los medios (la prensa, la radio, la televisión y las plataformas de internet). Cómo es el ecosistema actual (la política, las instituciones, los medios, internet y sus plataformas). A quién le hablamos en las plataformas sociales de internet. Cómo son los habitantes del ecosistema actual.**Clase 2 Asincrónica - Módulo 2**Internet y sus luchas. Posverdad y cultura fake. La “big data” de la política: para qué sirve. Las principales redes sociales y sus productos comunicacionales (fotografía, diseño multimedia y podcasting). Escribir para internet. Narratividad transmedia. Idea de Storytelling. Recomendaciones para la gestión de redes sociales y marketing digital.**Clase 3 Sincrónica – Revisión e intercambio (módulos 1 y 2)****Clase 4 Asincrónica - Módulo 3**Qué es un Podcast. Concepto y usos. Breve historia. Estructura y tipos. Crecimiento en el mundo, en América Latina y en Argentina. Consumo de PodCast. Formato: Audiencia, Contenido, Objetivo, Periodicidad. **Clase 5 -** **Asincrónica - Módulo 4**Etapas de un PodCast: Diseño. Producción e Investigación. Plan estratégico para su difusión. Grabación y Edición. Programas de edición de sonido. Packaging. Plataformas de circulación. Ejemplos y trabajo en clase**Clase 6 Sincrónica - Revisión e intercambio (módulos 3 y 4)****Clase 7 - Asincrónica**Media Training. Agenda. Políticos, política y campañas. Posicionamiento de un candidato y etapas de una campaña política. Ejemplos de Argentina y el mundo. **Clase 8 Sincrónico - Revisión e intercambio (módulo 5 y curso en general)**La **metodología de enseñanza** prevé clases asincrónicas y sincrónicas. Las asincrónicas incluirán exposiciones docentes grabadas en video, presentaciones dinámicas y recursos bibliográficos, de audio, audiovisuales y de internet, en tanto las sincrónicas promoverán el despeje de dudas y el intercambio dialógico. Asimismo, se utilizarán plataformas sociales en internet (específicamente Twitter) para evaluar el avance de los estudiantes en materia de contenidos. |
| --- |

**6. BIBLIOGRAFÍA**

|  |
| --- |
| La bibliografía que usamos en el curso, la enviamos en formato \*.pdf en tanto se sugiere otra bibliografía de interés, incluida en este apartado. Dado que son temas de actualización constante, el listado será actualizado en el momento de dictar el curso.Ed. BROWNW, Rodrigo y del Valle Carlos (2020): COVID19 - Comunicación en tiempos de pandemia. Ed. UFRO.Coordinadores GUTIERREZ RUBÍ, Antoni y PONT SORRIBES, Carles (2020): Comunicación Política en tiempos de coronavirus. Ed. Cátedra Ideograma de Comunicación Política. Barcelona.ESKIVEL, Daniel (2015): Comunicación Política en Redes Sociales, disponible en maquiaveloyfreud.com FARA, Carlos y DÁVALOS LÓPEZ, Alfredo (comp.) (2014): Comunicación Política 3D. Ed. Asociación Latinoamericana de Consultores Políticos. Quito, Ecuador.GUTIERREZ RUBI, Antoni (2014): Tecnopolítica. Ed. de autor. Barcelona.IZUZQUIZA MARTÍN, Francisco (2019): El gran cuaderno de Podcasting. Cómo crear, difundir y monetizar tu podcast. Ed. Kailas.LAKOFF, GEORGE (2004): No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político. Ed. Complutense.MORELLI, Silvina (2020). Comunicación Política Hoy. Ugerman Editor. Buenos Aires, Argentina.MORELLI, Silvina R. (2017): Gestión, Política y Comunicación, Buenas prácticas en la implementación de proyectos municipales. Ugerman Editor. Buenos Aires, Argentina.PÉREZ DE PEDRO, J. compilador (2010): Podcasting. Tú tienes la palabra. Ed. Asociación Podcast.ROGER AILES, Jon Kaushar (2001): Tú eres el mensaje. La comunicación con los demás a través de gestos, la imagen y las palabras.--KOMUNICA: Guía práctica para la comunicación en la agenda local 21. Cuadernos de Trabajo UDAL SAREA 21, N°14, Enero 2012.MORELLI, Silvina (2021). El mapa no es el territorio. Focoen:i, Sección opinión, Agosto 15, 2020. Disponible en <https://focoeni.com/opinion/9257/el-mapa-no-es-el-territorio/>MORELLI, Silvina: La comunicación social en el centro del cambio estratégico. Focoen:i, Sección opinión, Agosto 15, 2020. Disponible en <https://focoeni.com/portada/4928/la-comunicacion-social-en-el-centro-del-cambio-estrategico/> MORELLI, Silvina: Manipulación discursiva en tiempos de Covid. Focoen:i, Sección opinión, julio 24, 2020. Disponible en <https://focoeni.com/opinion/4522/manipulacion-discursiva-en-tiempos-de-covid-19/> REVISTA LA TECLA (24/5/2020): Comunicación en pandemia.ROCÍO ANNUNZIATA, ANDREA ARIZA Y VALERIA MARCH (2017): Gobernar es estar cerca. Las estrategias de proximidad en el uso de las redes sociales de Mauricio Macri y María Eugenia Vidal. En Revista Mexicana de Opinión Pública. Año 13, núm. 24, enero-junio de 2018.RIORDA, Mario (2017): Redes para gobernar. Una mirada de América Latina. Revista Sociedad, N°269, mayo-junio de 2017.SEYMOUR, JOHN y O´CONNOR, JOSEPH (2007): Introducción a la Programación Neurolingüística. Ed. Urano.ZUAZO, Natalia (2015): Guerras de Internet, Un viaje al centro de la red para entender cómo afecta tu vida, Ed. Debate. Buenos Aires, Argentina.Fichas y presentaciones de cátedra.Sitios de interés y consulta de datos:Observatorio de internet en Argentina: <https://inter.net.ar/> Latinobarómetro - Opinión Pública Latinoamericana: <https://www.latinobarometro.org/lat.jsp> Observatorios de Argentina: <https://www.argentina.gob.ar/inadi/observatorios>Ente Nacional de Comunicaciones: <https://www.enacom.gob.ar/>  |

**7. MODALIDAD DE DICTADO**

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

**8. MODALIDAD DE EVALUACIÓN**

| Asistencia a las tres clases sincrónicas. Participación activa en las clases sincrónicas donde evaluaremos el compromiso con los contenidos (manejo de conceptos, expresión, puesta en común y la creatividad en la resolución de consignas). |  |
| --- | --- |

**9. DURACIÓN**

| **CARGA HORARIA** |
| --- |
| **CARGA HORARIA TOTAL** |
| **24 horas** |
| **CANTIDAD DE CLASES TOTALES** |
| **8 clases de 3 horas** |
| **SINCRÓNICA** | **ASINCRÓNICA** |
| **3 clases de 3 horas aprox.** | **5 asincrónicas de 3 horas aprox.** |

**9.1. Días y horarios tentativos de dictado**

| **Días** | **Horarios** |
| --- | --- |
| **Sábados**  | **10 a 13 horas** |

**10. REQUISITOS MÍNIMOS DE INSCRIPCIÓN**

| Estudiar o haber estudiado ciencias sociales. Trabajar en el ámbito público o político, en el área de comunicación.Ser funcionario, candidato o asesor político.Estar interesado en las temáticas de abordaje de esta formación profesional. |  |
| --- | --- |