

-CURSO DE EDUCACIÓN PERMANENTE 2024-

Estrategia y gestión de campañas electorales

Docentes: Antonio Cardarello, Marcel Lhermitte, Federico Irazabal, Elda Arroyo, Matías Servedía, Fabián Cardozo

- Desde el lunes 5 de agosto al 4 de setiembre de 2024.
- Horario: lunes y miércoles de 19 a 21 horas
- Modalidad virtual
- Matrícula: \$4.132
- Carga horaria: 20 horas
- Dirigido a egresadas/os universitarios, estudiantes de posgrado, estudiantes de grado avanzadas/os¹ y otras/os terciarios (también se acepta Personas vinculadas a colectivos políticos y organizaciones sociales)
- [Formulario de inscripción](#)

Objetivos:

- Desarrollar el conocimiento y brindar formación desde la comunicación política en materia de campañas electorales.
- Brindar herramientas de planificación y gestión de campañas a quienes se desempeñan en gabinetes electorales y colectivos políticos.
- Dotar elementos de formación en el campo de la estrategia política.
- Profesionalizar la comunicación política y la gestión de las campañas electorales, que implica una contribución al fortalecimiento de la democracia en Uruguay.
- Explicar y debatir sobre los vínculos existentes entre la política, los medios de comunicación y la opinión pública.
- Brindar a los estudiantes elementos básicos en materia de opinión pública.
- Dar herramientas en materia de prevención y gestión de crisis en el marco de las campañas electorales.

¹ De acuerdo a lo establecido en el [Marco para las actividades de Formación y Actualización Permanente de la FCS](#), se admitirán estudiantes de grado con el 75% de la currícula aprobada y/o líneas de investigación vinculadas al tema del curso.

Contenidos:

Módulo 1. Política y campañas electorales en Uruguay (Antonio Cardarello)

La importancia y el rol que tiene la política en las campañas electorales, más allá de las estrategias del marketing. Las campañas electorales en Uruguay. El voto y sus teorías en nuestro país.

Módulo 2. Planificación, estrategia y gestión de campañas (Marcel Lhermitte)

La planificación estratégica de una campaña electoral. La construcción del relato y la narrativa de campaña: el arte del storytelling. los framings. La gestión de la imagen, identidad y reputación del candidato o candidata. La estrategia política en el campo electoral. las campañas negativas y la desinformación.

Módulo 3. La investigación (Federico Irazabal)

El uso de la opinión pública en las campañas electorales. Los métodos cuantitativos (las encuestas) y los cualitativos (focus groups). La investigación digital.

Módulo 4. Vocerías y media training (Fabián Cardozo)

El entrenamiento de medios de comunicación tradicional para los candidatos. La preparación de las entrevistas y los mensajes a emitir desde la campaña. Los debates electorales, su preparación y la estrategia.

Módulo 5. Las campañas digitales (Matías Servedía)

Las campañas están conectadas, no se puede tener un relato online y otro offline. La construcción del relato digital, la movilización digital, el candidato en las redes sociales. El plan estratégico digital.

Módulo 6. Gestión de crisis en campañas (Elda Arroyo)

Cómo prevenir una crisis en campaña electoral. Qué debemos hacer en caso que se suscite una crisis que involucre a nuestro candidato, candidata o partido.

Método didáctico:

Modalidad virtual.

Todas las clases se dictarán online, en forma sincrónica, pero al mismo tiempo se grabarán en la plataforma zoom y se enviará a la base de datos de los inscriptos, con el objetivo de que el curso pueda seguirse también asincrónicamente.

La metodología será expositiva, pero se trabajará también en taller con casos prácticos.

Los inscriptos serán divididos en grupos. Luego de la parte expositiva del docente, cada uno de los colectivos trabajará sobre un caso en particular, que simulará una campaña real y que deberá competir con los demás grupos que se conformen en el curso.

Se realizarán análisis de casos de campañas uruguayas y del exterior, y posteriormente se propondrá la participación y el intercambio entre los inscriptos.

Bibliografía:

ARROYO, LUIS. EL PODER POLÍTICO EN ESCENA. HISTORIA, ESTRATEGIAS Y LITURGIAS DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA. EDITORIAL RBA.

ASCANIO GUEVARA, ALFREDO. ANÁLISIS DEL DISCURSO POLÍTICO. EDITORIAL TRILLAS.

BARÓ, TERESA. LA GRAN GUÍA DEL LENGUAJE NO VERBAL. EDITORIAL PAIDÓS.

BARTLETT, FREDERIC. LA PROPAGANDA POLÍTICA. EDITORIAL FONDO DE CULTURA ECONÓMICA.

CANEL, MARÍA JOSÉ. COMUNICACIÓN POLÍTICA. UNA GUÍA PARA SU ESTUDIO Y PRÁCTICA. EDITORIAL TECNOS.

CARDARELLO, ANTONIO Y MAGRI, ALTAÏR. CAMBIOS, CERTEZAS E INCERTIDUMBRES. ELECCIONES DEPARTAMENTALES Y MUNICIPALES 2010. EDITORIAL. INSTITUTO CIENCIA POLÍTICA (UDELAR).

CASTELL, MANUEL. REDES Y PODER. EDITORIAL ALIANZA.

CLARA, JAIME. EN CAMPAÑA. UNA MIRADA SOBRE PROPAGANDA Y MARKETING POLÍTICO. EDITORIAL TAURUS.

COLOMER, JOSEP. CÓMO VOTAMOS. LOS SISTEMAS ELECTORALES EN EL MUNDO: PASADO, PRESENTE Y FUTURO. EDITORIAL GEDISA.

CRESPO, ISMAEL; GARRIDO, ANTONIO; Y RIORDA MARIO. LA CONQUISTA DEL PODER. ELECCIONES Y CAMPAÑAS PRESIDENCIALES EN AMÉRICA LATINA. EDITORIAL LA CRUJÍA.

CUKIER, KENNETY; MAYER-SCHÖNBERGER, VIKTOR; Y DE VÉRICOURT, FRANCIS. FRAMERS. LA VIRTUD HUMANA EN LA ERA DIGITAL. EDITORIAL TURNER.

DE JIJENA SÁNCHEZ, LÍA ROSALÍA. EL LIBRO DEL ORADOR. MÉTODOS EFICACES PARA COMUNICARSE CON ÉXITO. EDITORIAL PLANETA.

DETZ, JOAN. CÓMO ESCRIBIR Y PRONUNCIAR UN DISCURSO. EDITORIAL ALBA.

DIP, MALENA. REDES Y POLÍTICAS. EDITORIAL LA CRUJÍA.

DOMENACH, JEAN MARIE. LA PROPAGANDA POLÍTICA. EDITORIAL UNIVERSITARIA DE BUENOS AIRES.

DUPLÁ, ANTONIO; FATÁS, GUILLERMO; PINA, FRANCISCO. EL MANUAL DEL CANDIDATO DE QUINTO TULIO CICERÓN. (EL COMMENTARIOLUM PETITIONIS).

DURÁN BARBA, JAIME Y NIETO, SANTIAGO. LA POLÍTICA EN EL SIGLO XXI: ARTE, MITO O CIENCIA. EDITORIAL PENGUIM RANDOM HOUSE.

EDELMAN, MURRAY. LA CONSTRUCCIÓN DEL ESPECTÁCULO POLÍTICO. EDITORIAL MANANTIAL.

GARCÍA BEAUDOUX, VIRGINIA; D'ADAMO, ORLANDO; Y SLAVINSKY, GABRIEL. COMUNICACIÓN POLÍTICA Y CAMPAÑAS ELECTORALES. ESTRATEGIAS EN ELECCIONES PRESIDENCIALES. EDITORIAL GEDISA.

GIANSANTE, GIANLUCA. LA COMUNICACIÓN POLÍTICA ONLINE. EDITORIAL UOC.

GOEBBELS, JOSEPH. EL DIARIO DE GOEBBELS.

HERRERO, JULIO CÉSAR. COMUNICACIÓN EN CAMPAÑA. DIRECCIÓN DE CAMPAÑAS ELECTORALES Y MARKETING POLÍTICO. EDITORIAL PEARSON.

HERRERO, JULIO CÉSAR Y RODRÍGUEZ CHULIÁ, AMALIO. EL CANDIDATO. MANUAL DE RELACIONES CON LOS MEDIOS (PARA POLÍTICOS Y PERIODISTAS). EDITORIAL COMUNICACIÓN SOCIAL.

ISRAEL, SERGIO. MARKETING POLÍTICO EN EL URUGUAY. LA BÚSQUDA DE VOTOS. EDICIONES EME.

KAKUTANI, MICHIKO. LA MUERTE DE LA VERDAD. NOTAS SOBRE LA FALSEDAD EN LA ERA TRUMP. EDITORIAL GALAXIA GUTENBERG.

KAPFERER, JEAN NOËL. RUMORES. EL MEDIO DE DIFUSIÓN MÁS ANTIGUO DEL MUNDO. EDITORIAL EMECÉ.

LAKOFF, GEORGE. NO PIENSES EN UN ELEFANTE. LENGUAJE Y DEBATE POLÍTICO. EDITORIAL COMPLUTENSE.

LARREA, JUAN JOSÉ Y ERBIN, AUGUSTO. COMUNICACIÓN POLÍTICA EN LATINOAMÉRICA. GESTIÓN, CAMPAÑAS Y TICS. EDITORIAL DIRCOM.

LHERMITTE, MARCEL. LA VICTORIA CONTRA EL MIEDO. LA CAMPAÑA ELECTORAL DEL PLEBISCITO DE 1980. EDITORIAL TÚNEL.

LHERMITTE, MARCEL. LOS ECOS DEL NO. LAS ELECCIONES INTERNAS DE 1982. EDITORIAL TÚNEL.

LUGO RODRÍGUEZ, RAMÓN ALBERTO. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA. ANÁLISIS DEL SPOT TELEVISIVO DE ATAQUE EN LA COMPETENCIA ELECTORAL. EDITORIAL FLACSO MÉXICO.

MAAREK, JOSEPH. MARKETING POLÍTICO Y COMUNICACIÓN. CLAVES PARA UNA BUENA INFORMACIÓN POLÍTICA. EDITORIAL PAIDÓS.

MAGAÑA, MARCOS; SANCHÍS, JOSÉ LUIS; Y SANMARTÍN, ALEIX. GANAR EL PODER. APUNTES DE 86 CAMPAÑAS ELECTORALES. EDITORIAL SÍNTESIS.

MARTÍN SALGADO, LOURDES. MARKETING POLÍTICO. ARTE Y CIENCIA DE LA PERSUASIÓN EN DEMOCRACIA. EDITORIAL PAIDÓS.

MAQUIAVELO, NICOLÁS. EL PRÍNCIPE.

MERCIER, ARNAUD. LA COMUNICACIÓN POLÍTICA. EDITORIAL LA CRUJÍA.

MONCAYO BADILLA, MARCELO. MEDIA TRAINING. GUÍA PARA HABLAR FRENTE A UNA CÁMARA DE VIDEO. EDITORIAL AMARANTE.

MORA LEDESMA, MARTÍN. METODOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN POLÍTICA EN CAMPAÑAS ELECTORALES. EDITORIAL PLAZA Y VALDES.

NAPOLITAN, JOSEPH Y DURÁN BARBA, JAIME. CIEN PELDAÑOS AL PODER. EDITORIAL LIDERAZGO DEMOCRÁTICO.

NICOLÁS OJEDA, MIGUEL ÁNGEL Y GRANDÍO PÉREZ, MARÍA DEL MAR. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EN REDES SOCIALES. USUARIOS, APLICACIONES Y CONTENIDOS. EDITORIAL GEDISA.

NÚÑEZ, ANTONIO. ¡SERÁ MEJOR QUE LO CUENTES! LOS RELATOS COMO HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN. STORYTELLING. EDITORIAL EMPRESA ACTIVA.

ORTEGA Y GASSET, JOSÉ. LA REBELIÓN DE LAS MASAS.

PACHECO, CARLOS Y ONORATO, GUSTAVO. TODO POR LOS VOTOS. LA HISTORIA RECIENTE Y LA COMUNICACIÓN POLÍTICA VISTAS A TRAVÉS DE RECORDADAS PIEZAS PUBLICITARIAS. EDICIONES B.

PÉREZ, RAFAEL ALBERTO. PENSAR LA ESTRATEGIA. EDITORIAL LA CRUJÍA.

PEYTIBI, XAVIER. LAS CAMPAÑAS CONECTADAS. COMUNICACIÓN POLÍTICA EN CAMPAÑA ELECTORAL. EDITORIAL UOC.

PRIETO CASTILLO, DANIEL. EL JUEGO DEL DISCURSO. MANUAL DE ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS DISCURSIVAS. EDITORIAL LUMEN.

RUIZ COLLANTES, XAVIER. LA CONSTRUCCIÓN DEL RELATO POLÍTICO. CREAR HISTORIAS PARA GANAR VOTOS. EDITORIAL UNIVERSITAT AUTÓNOMA DE BARCELONA.

SALMON, CHRISTIAN. STORYTELLING. LA MÁQUINA DE FABRICAR HISTORIAS Y FORMATEAR LAS MENTES. EDITORIAL PENÍNSULA.

SALMON, CHRISTIAN. LA ERA DEL ENFRENTAMIENTO. DEL STORYTELLING A LA AUSENCIA DEL RELATO. EDITORIAL PENÍNSULA.

SANTIAGO, GUSTAVO Y VARELA, ANALÍA. MARKETING POLÍTICO ELECTORAL PARA MUNICIPIOS. EDITORIAL LA CRUJÍA.

SANTIAGO BARNÉS, JORGE. EL CANDIDATO ANTE LOS MEDIOS: TELEGENIA E IMAGEN POLÍTICA. EDITORIAL FRAGUA.

SARTORI, GIOVANNI. EL HOMO VIDENS. LA SOCIEDAD TELEDIRIGIDA. EDITORIAL TAURUS.

WOLTON, DOMINIQUE. SOBREVIVIR A INTERNET. EDITORIAL GEDISA.

Sistema de evaluación:

Se prevé la realización de una monografía como trabajo final.