

-CURSO DE EDUCACIÓN PERMANENTE 2024 -

Comunicación política. Entre campañas e instituciones

Docente: Victor Taricco

Docentes invitados: Antonio Cardarello, Eduardo Botinelli, Mariana Pomies, Juan Courel, Daniela Barbieri, Fabián Cardozo, Leticia Benitez, Andrés Rodríguez, Julián Kanarek, Marcos Casas.

- Desde el 7 de agosto al 9 de setiembre
- Horario: 17 a 21 horas
- Día: Miércoles
- Modalidad: virtual
- Matrícula: \$4.132
- Carga horaria: 20 horas
- Cupo: 30 estudiantes
- Dirigido a egresada/os universitarios, estudiantes de posgrado, estudiantes de grado avanzadas/os¹ y otras/os terciarios (Comunicación social en UTU).
- [Formulario de inscripción](#)

Objetivos:

1. Conocer los principales debates teóricos que se plantean entre comunicación, política y democracia en nuestras sociedades contemporáneas.
2. Proveer nociones y conocimiento sobre las principales metodologías de estudio del comportamiento electoral y la opinión pública.
3. Proporcionar herramientas para el diseño y la planificación de estrategias de comunicación política.
4. Compartir experiencias con profesionales y especialistas del campo de la comunicación política nacionales y extranjeros.

Contenidos:

Clase 1- El sistema político uruguayo
Antonio Cardarello (Udelar)

Clase 2- Los estudios de opinión pública en las campañas electorales.
Eduardo Bottinelli (Consultora Factum) y Mariana Pomies (CIFRA)

Clase 3- Estrategias, discursos para campañas electorales.
Juan Courel y Daniela Barbieri (Argentina)

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.

Clase 4- La producción de contenidos para campañas electorales.
Andrés Rodríguez (Uruguay)

Clase 5- La comunicación política en épocas de streaming y redes sociales.
Julián Kanarek y Marcos Casas (Uruguay)

Método didáctico y sistema de evaluación

El curso será dictado a través de cinco encuentros virtuales de cuatro horas de duración cada uno. Cada clase se dividirá en dos momentos, la primera mitad con uno dos docentes invitados en cada sesión, y la segunda mitad, práctica, coordinada por el Prof. Víctor Taricco.

Para aprobar el curso deberá entregarse un trabajo integrador final (TIF): propuesta de plan de comunicación política para una campaña electoral. Grupal o individual.

Bibliografía

CALETTI, S. (2002). Comunicación, política y espacio público. Notas para repensar la democracia en la sociedad contemporánea. Documento Borradores de Trabajo 1998.

RODRIGUEZ, P. M. (2019). Las palabras en las cosas: saber, poder y subjetivación entre algoritmos y biomoléculas.

LACLAU, E. y MOUFFE, C. (2004) [1985]. Hegemonía y estrategia socialista. Capítulo III.

HABERMAS, J. (2009). Historia y crítica de la opinión pública.

BOURDIEU, P. (1990). La opinión pública no existe. Sociología y cultura.

ADROGUÉ, G. (1998). Estudiar la opinión pública. Teoría y datos sobre la opinión pública argentina. Desarrollo Económico, 387-407.

LAZARSFELD, P. (1985). La campaña electoral ha terminado. Sociología de la comunicación de masas III: Propaganda política y opinión pública.

LANDI, O. (1992). Devórame otra vez: ¿Qué hizo la televisión con la gente? ¿Qué hace la gente con la televisión?

MORA y ARAUJO, M., (2005). El poder de la conversación.

ELIZALDE, L. (2013). Comunicación gubernamental 360.

CRESPO, I. (2011). Manual de comunicación política y estrategias de campaña: candidatos, medios y electores en una nueva era.

MERCIER, A. (2012). La comunicación política.

URANGA, W. (2016). Conocer, transformar, comunicar. Editorial Patria Grande.

RIORDA, M., y RINCÓN, O. (Eds.). (2016). Comunicación gubernamental en acción: Narrativas presidenciales y mitos de gobierno.