

Resolución N° **263**JOSÉ C. PAZ, **16 MAY 2018****VISTO**

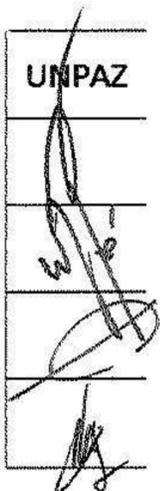
El Estatuto aprobado por la Resolución del entonces MINISTERIO DE EDUCACIÓN N° 584 del 17 de marzo de 2015, el Expediente N° 386/2018 del Registro de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE JOSÉ CLEMENTE PAZ, y

CONSIDERANDO:

Que las funciones sustantivas de la UNIVERSIDAD son la enseñanza, la investigación, la extensión, la transferencia y la producción, adecuadas a solucionar problemática local, regional, nacional e internacional. (v. art. 6º, inc. f), Estatuto Universitario).

Que la UNPAZ podrá organizar y reglamentar el dictado de los cursos libres, parciales o complementarios, sobre cualquier materia o conjuntos de materias integrantes de los planes de estudios de la UNIVERSIDAD o relacionadas con las mismas. Asimismo, podrán dictarse cursos libres o especiales referidos a técnicas o artes no vinculadas con los planes de estudios ni las materias que integran las curriculas de las carreras habilitadas en la UNIVERSIDAD. (v. art. 14º, Estatuto Universitario)

Que la vinculación con la comunidad local es una de las tareas principales que se propone la la UNIVERSIDAD. La misma se realizará a través de actividades de tipo cultural, de cursos de capacitación y proyectos de extensión que alienten la



participación de los ciudadanos en estas actividades (v. art. 19º, Estatuto Universitario).

Que desde esa perspectiva, la SECRETARÍA DE INTEGRACIÓN CON LA COMUNIDAD Y EXTENSIÓN UNIVERSITARIA propone la realización del CURSO DE COMUNICACIÓN POLÍTICA Y NUEVAS TECNOLOGÍAS.

Que conforme lo informado y previsto por la SECRETARIA DE INTEGRACIÓN CON LA COMUNIDAD Y EXTENSIÓN UNIVERSITARIA, el presente Curso será arancelada, consistiendo en una matrícula de inscripción de PESOS QUINIENTOS (\$ 500), y dos cuotas mensuales en los meses de junio y julio del corriente año de PESOS QUINIENTOS (\$ 500) cada una.

Que la SECRETARÍA ACADÉMICA tomó la intervención de su competencia.

Que la DIRECCIÓN GENERAL DE ADMINISTRACIÓN, dependiente de la SECRETARIA DE ADMINISTRACION, ha tomado la intervención de su competencia.

Que la DIRECCIÓN DE ASUNTOS JURÍDICOS, dependiente de la SECRETARÍA LEGAL Y TÉCNICA, ha tomado la intervención de su competencia.

Que la presente medida se adopta en el ejercicio de las atribuciones conferidas por el artículo 63 inciso d) y el artículo 74 inciso r) del Estatuto de la UNIVERSIDAD aprobado por Resolución M.E. Nº 584 de fecha 17 de marzo de 2015, *ad referendum* del CONSEJO SUPERIOR.

Por ello,

UNPAZ





**EL RECTOR
DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE JOSÉ CLEMENTE PAZ**

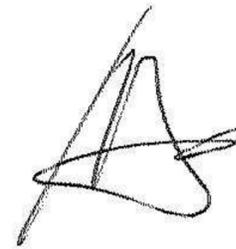
RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Apruébase el CURSO DE COMUNICACIÓN POLÍTICA Y NUEVAS TECNOLOGÍAS que, como Anexo, forma parte de la presente, *ad referendum* del CONSEJO SUPERIOR.

ARTICULO 2º.- Apruébase que el presente Curso será arancelado, conforme los conceptos e importes que se detallan en el Anexo adjunto a la presente.

ARTÍCULO 3º.-Regístrese, comuníquese y,cumplido, archívese.

A/c

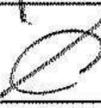


Dr. HECTOR HUGO TRINCHERO
VICERRECTOR
Universidad Nacional de José C. Paz

263

Resolución N°

UNPAZ




ANEXO RESOLUCIÓN N° 263**ANEXO****Curso de Comunicación Política y Nuevas Tecnologías****1- FUNDAMENTACIÓN**

La Dirección de Extensión y Voluntariado Universitario tiene como uno de sus objetivos implementar políticas destinadas a impulsar espacios de capacitación y formación extracurricular que den respuesta a las necesidades de la comunidad universitaria y del territorio, con la finalidad de desplegar competencias para la vida, el trabajo y el desarrollo extraacadémico.

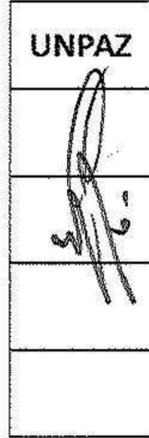
Dado que la vinculación con la comunidad local es una de las tareas principales que nos proponemos desde la Universidad, como así también, las demandas que ellos puedan tener en materia de formación, surge la propuesta de realizar una actividad de extensión dentro de la UNPAZ denominada ***Curso de Comunicación Política y Nuevas Tecnologías***.

2- DATOS IDENTIFICATORIOS DEL PROYECTO

- **Título del proyecto:** Curso "Comunicación Política y Nuevas Tecnologías"
- **Localización de la oferta:** Secretaría de Integración con la Comunidad y Extensión Universitaria.
- **Destinatarios:** Trabajadores municipales, académicos, comunicadores sociales, asesores políticos, organizaciones sociales, sindicales y referentes territoriales interesados en formarse en comunicación política.
- **Modalidad de la capacitación:** Clases presenciales.
- **Formato:** Encuentros de 3 horas semanales entre los meses de junio a agosto del corriente año.
- **Carga horaria:** 30 hs.
- **Arancel para cursante:** Consistirá en el abono de una matrícula de inscripción y dos cuotas mensuales a pagarse en junio y julio según el siguiente detalle:

UNPAZ


ANEXO RESOLUCIÓN Nº 263



Concepto	Costo
Matrícula	\$ 500
Cuota mensual	\$ 500

Los interesados podrán solicitar el otorgamiento de Becas totales o parciales que consistirán en la eximición del pago de la matrícula y/o las cuotas mensuales. A tal efecto, deberán presentar una solicitud fundada dirigida a la Secretaría de Integración con la Comunidad y Extensión Universitaria, quien definirá el otorgamiento de la misma según las disponibilidades presupuestarias.

- **Docentes a cargo:**

Nombre y Apellido	Pertenencia	Rol en el propuesta formativa
Carlos Caramello	Escritor y Periodista - Externo a UNPAZ	Responsable
Gustavo López	Abogado y Periodista- Externo a UNPAZ	Disertante- Clase I
Daniel Rosso	Periodista- Externo a UNPAZ	Disertante- Clase II
María Mathieu	Lic. Comunicación Social - Externo a UNPAZ	Disertantes- Clase III
Carlos Caramello	Escritor y Periodista- Externo a UNPAZ	Disertante- Clase IV
Haedo Lazzaro	Periodista-- Externo a UNPAZ	Disertante- Clase V
Jesica Rey	Lic. Comunicación Social - Externo a UNPAZ	Disertantes- Clase VI
Juan Manuel Ciucci	Periodista - Docente UNPAZ	
Gonzalo Carabajal	Licenciado en Publicidad- Externo a UNPAZ	Disertante- Clase VII
María Susana Martins	Especialista en Comunicación Digital – Externo a UNPAZ	Disertante- Clase VIII

ANEXO RESOLUCIÓN N° 263 - -

María Fernanda Ruiz	Lic. En Ciencias de la Comunicación	
María Sucarrat	Periodista -- Docente UNPAZ	Disertantes- Clase IX
María Fernanda Ruiz	Lic. En Ciencias de la Comunicación - Docente UNPAZ	
María Sucarrat	Periodista - Docente UNPAZ	Disertantes- Clase X
María Fernanda Rui	Lic. En Ciencias de la Comunicación - Docente UNPAZ	

3- DESCRIPCION PROYECTO

- **Síntesis del proyecto:**

Diplomatura de extensión denominada Curso de Comunicación Política y Nuevas Tecnologías, abierta a toda la comunidad, orientada a generar un espacio de análisis y reflexión sobre las nuevas herramientas y recursos de comunicación política y su aplicación práctica.

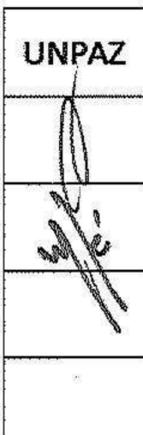
- **Requisitos de admisión y perfil:**

Abierto a la comunidad; sin requisito de título previo.

- **Fundamentación:**

El escenario político actual presenta desafíos complejos que ponen en tensión todos los debates acerca del funcionamiento de la democracia como sistema de gobierno, los límites de la gobernabilidad, el rol de los medios y el capital económico concentrado.

En esta coyuntura, la comunicación se ha desarrollado como una dimensión fundamental a la hora de dar esos debates y es importante poner de manifiesto y advertir sobre algunas perspectivas que se fueron gestando, a partir del marketing político, y que pusieron en el centro a los medios y a la producción de agendas, sentidos y estilos discursivos vinculados a las preferencias del mercado y del



ANEXO RESOLUCIÓN N° 263

consumo como formadores de la opinión pública, subordinando la política a la aceptación de este escenario.

Esta mirada, que hegemonizó el campo de la comunicación política, hoy está en crisis. En este espacio analizamos el lugar de la política en el centro de la relación con los medios. La crisis del sistema neoliberal del 2001 y los posteriores gobiernos kirchneristas y de Cambiemos.

A su vez, se establece el lugar de las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) como potenciales herramientas de producción y difusión de contenidos que permean el sentido común.

Por otra parte, se analiza la comunicación sindical y el conflicto social como un espacio comunicacional que tienen el desafío de abrir y sostener un diálogo con la sociedad y generar nuevas formas de interpelación que rompan el sentido impuesto a sus luchas e interpelen a un nuevo sujeto colectivo que exceda la figura tradicionalmente construida del "trabajador".

De esta manera, esta propuesta busca profundizar la reflexión acerca de las prácticas comunicacionales sindicales, sociales y políticas con el objetivo de indagar nuevas maneras de construir vínculos con diferentes actores sociales y brindar herramientas para que se fortalezcan como actores políticos y como interlocutores válidos.

Objetivo General

Generar un espacio de análisis y reflexión sobre la propia práctica que conduzca a la construcción participativa y colectiva de nuevas herramientas y recursos de comunicación política que resulten útiles para que dirigentes políticos, sindicales y territoriales puedan abordar las especificidades y las demandas de la región en las que intervienen.

Objetivos Específicos

UNPAZ


ANEXO RESOLUCIÓN N° 263

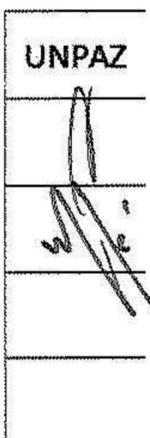
- Promover procesos de reflexión que produzcan conocimientos colectivos para reconstruir la esfera pública.
- Establecer diferencias en la construcción política comunicacional de los diferentes modelos: neoliberales y populistas y su capacidad de legitimarse.
- Investigar e identificar tácticas y estrategias en el campo de la comunicación política.
- Identificar discursos políticos y mediáticos que inciden en los procesos de construcción de hegemonías y ver cómo se relacionan con la construcción de subjetividad.
- Adquirir un conocimiento teórico y práctico de las herramientas comunicacionales para la realización de campañas
- Producir conocimiento relevante sobre la comunicación del conflicto: prácticas comunicativas y campañas realizadas por distintos sindicatos.

- **Perfil del Egresado:**

El egresado del Curso de Comunicación Política y Nuevas Tecnologías podrá:

- ✓ Investigar e identificar tácticas y estrategias en el campo de la comunicación política.
- ✓ Identificar discursos políticos y mediáticos que inciden en los procesos de construcción de hegemonías.
- ✓ Adquirir un conocimiento teórico y práctico de las nuevas herramientas comunicacionales.

- **Plan de estudios:**



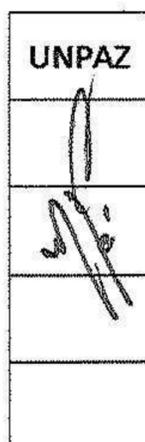
Temas	Carga horaria total (hs.)
Introducción: qué entendemos por comunicación política	3

ANEXO RESOLUCIÓN Nº 263

Contextos discursivos	3
La necesidad del despliegue de una estrategia comunicacional regional y local en el doble contexto de transformaciones económicas y discursivas	3
Historia y relevamiento de estrategias comunicacionales	3
La comunicación en el conflicto: procesos de desgitimación.	3
Componentes técnicos de la estrategia	3
Medios Digitales y Redes sociales: nuevas mediatizaciones	3
Taller 1: definición de una estrategia local de comunicación	3
Taller II: Escritura para redes, gacetillas	3
Exposición de estrategias por grupo.	3
TOTAL	30 horas

- **Contenidos:**

Planteamos un primer momento de análisis político- comunicacional: cuáles son las estrategias comunicacionales del oficialismo, cómo asumir discursivamente el conflicto, qué rol cumplen los medios de comunicación masiva en la estigmatización del trabajador organizado, cómo se generan los distintos climas de opinión.



ANEXO RESOLUCIÓN N° 263

Clase I

Primer momento: Introducción: qué entendemos por comunicación política. La importancia de pensar una estrategia comunicacional que visibilice los conflictos y las demandas de las distintas organizaciones. El rol de los actores, los medios y los contextos locales, regionales y nacionales. Por qué esta iniciativa para empoderar a militantes del territorio.

Segundo momento: Procesos de concentración. Escenarios de convergencia y nuevas tecnologías: normativa y regulación estatal. Escenario tecno/político. Leyes de comunicación audiovisual y de Argentina Digital. Ley Actual promovida por el Gobierno. Promoción de iniciativas y proyectos de ley que promueven el interés de las megas empresas. ¿Por qué todo ello afecta y afectará nuestras posibilidades y modos de comunicar?

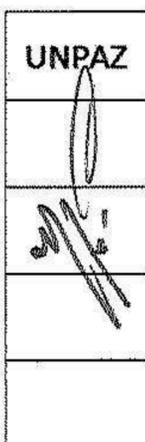
Clase II

Contextos discursivos. El intento del macrismo de ocupar los significantes democracia y república. La construcción del "exceso populista". El intento de ilegalizar esta cultura política. Gradualismo económico, gradualismo simbólico y represivo.

El sujeto del enunciado y el sujeto de la enunciación. El control neoliberal del sujeto de la enunciación. Destituciones enunciativas. El concepto de "ideología" por S. Zizek. La ilegalización de la oposición. La exclusión gradual de una cultura política.

Clase III

La necesidad del despliegue de una estrategia comunicacional regional y local en el doble contexto de transformaciones económicas y discursivas. ¿Cómo construir una estrategia? Planificación, componentes técnicos y simbólicos. Diseño de imágenes públicas.



ANEXO RESOLUCIÓN N° 263**Clase IV**

Historia y relevamiento de estrategias comunicacionales de las principales fuerzas políticas desde 1983 hasta la actualidad: alfonsinismo, menemismo, gobierno de la Alianza, kirchnerismo.

Clase V

La comunicación en el conflicto: procesos de deslegitimación. El caso de los conflictos sindicales, sociales y políticos. Imágenes del sindicalismo. Sindicalismo y medios. Análisis de casos. De la comunicación de masas a la sociedad de individuos. Reagrupamiento y construcción simbólica del nuevo sujeto social para un proyecto de país democrático y con justicia social. La disputa del modelo comunicacional y sus hegemonías.

Clase VI

Componentes técnicos de la estrategia. Segmentación, audiencias, construcción de discursos, investigación de opinión pública, encuestas. Mediciones de imagen. Planeamiento estratégico. Mapa de recursos de comunicación local. Territorio simbólico y comunicacional.

Clase VII

Medios Digitales y Redes sociales: nuevas mediatizaciones. Burbujas y cámaras de eco. Capas de internet. Contenidos, plataformas y aplicaciones en la gestión comunicacional. Los prosumidores: nuevos sujetos interactivos. El acontecimiento y la red. Procesamiento de Big Data: la escucha. Audiencias. Noticias falsas, "posverdad" y manipulación.

Clase VIII

Taller 1: definición de una estrategia local de comunicación (con materiales relevados por los estudiantes desde la clase 3)



ANEXO RESOLUCIÓN N° 263

Clase XI

Taller II: Escritura para redes, gacetillas. Estilos, formatos, dispositivos y soportes.

Clase X

Síntesis. Cierre. Exposición de estrategias por grupo.

- **Evaluación:**

Las modalidades de seguimiento y evaluación están directamente vinculadas con las características de la propuesta formativa y el perfil de los estudiantes. Por ello buscamos promover un ambiente participativo que habilite debates y análisis de las particularidades de la región así como la elaboración de herramientas creativas y acordes a las características de las organizaciones de las que los estudiantes forman parte.

Se prevé la elaboración de un trabajo final diagnóstico que contenga el análisis de una experiencia particular vinculada a las organizaciones y el desarrollo de un plan estratégico de comunicación que aporte algunas herramientas para resolver temáticas que surjan del diagnóstico elaborado.

Además se tendrá en cuenta asistencia a los encuentros, lectura de la bibliografía, participación activa en las clases y aportes originales a las problemáticas planteadas (75% de asistencia y entrega del diseño de una estrategia comunicacional)

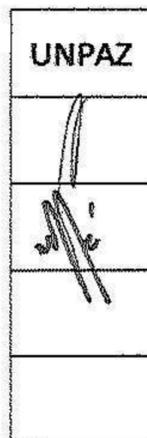
- **Bibliografía:**

- ARAYA DUJISIN R. Internet, política y ciudadanía. Artículo en Nueva Sociedad 195, enero-febrero 2005.
- BATTISTINI, O; WILKIS, A. Identidades, disciplina cultural y social en el marco del empleo. 6° Congreso Nacional de estudios del Trabajo, Asociación Argentina de especialistas en Estudios del Trabajo. Agosto de 2003.
- BAUMAN Z. La sociedad sitiada, 2000.



ANEXO RESOLUCIÓN N° 263

- BEDOYA MARULANDA J.F Los estudios del comportamiento del elector en américa latina: un análisis bibliográfico de los casos de México, Argentina, Chile y Colombia, 2000-2010. Instituto de Estudios Políticos (IEP), Universidad de Antioquia (U de A.), 2014.
- BOCZKOWSKI. P., MITCHELSTEIN E. La brecha de las noticias. La divergencia entre las preferencias informativas de los medios y el público. Ed. Manantial (2015).
- CALVO E. Anatomía Política de Twitter en Argentina. Tuiteando #Nisman. Ed. Capital Intelectual (2015).
- CARBAJAL G. "Comunicación digital y desarrollo" Módulo 8 del Cuadernillo Liderazgo para la transformación CEFAS – UNSAM (2016)
- CASTEL, R. "La sociedad salarial" en La metamorfosis de la cuestión social. 1997. Paidós. Barcelona.
- CEPAL La nueva revolución digital. De la internet del consumo a la internet de la producción. ONU. 2016.-
- DE MORAES, D (Comp). Mutaciones de lo visible. Paidós. 2010.
- DE SANTIS B. Aportes al estudio de la opinión pública en las elecciones presidenciales 2007 en Argentina - Revista Argentina de Estadística Aplicada (RAEstA) - UNTREF.
- GARCÍA BEAUDOUX V. D'ADAMO O. Campañas electorales y sus efectos sobre el voto. Análisis de la campaña electoral presidencial 2003 en Argentina, Universidad de Belgrano, Argentina.
- IGLESIAS ILLA H. Cambiamos. Ed. Sudamericana (2016).
- LAZZARO, L. Geopolítica de la Palabra (2015) CICCUS
- LAZZARO, L. Recuperar la multitud en la era de la individualización. Apuntes para actualizar la comunicación del conflicto social. Cuadernillo de Cátedra (2017)
- MONTECINOS E. Análisis del comportamiento electoral: De la elección racional a la teoría de redes. Revista de Ciencias Sociales (RCS) Vol. XIII, No. 1, Enero - Abril 2007.



ANEXO RESOLUCIÓN N° 263

- MUÑOZ, M.A. "Los discursos de la desocupación y la pobreza, las organizaciones de desocupados y la esfera político estatal". Laboratorio on line Revista de Estudios Sobre Cambio Social año IV número 15 Primavera 2004 - ISSN: 1515-6370 - Instituto de Investigaciones Gino Germani. Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires
- RIORDA, M. Comunicación. Consenso y mitos del gobierno. Beerderberg Magazine. 2015
- RIORDA M y otros El gobernanta latinoamericano. Investigación para el BID. 2015.
- ROSSO D, "Máquinas de Captura. Los medios concentrados en tiempos del kirchnerismo" Colihue, Buenos Aires (2013)
- SENNET, R. La corrosión del carácter. Las consecuencias personales del trabajo en el nuevo capitalismo. 2000. Barcelona. Anagrama.
- SERRES M. Pulgarcita. Ed. Fondo de Cultura Económica (2013)
- SVAMPA, M. "Identidades astilladas" en Desde Abajo. La transformación de las identidades sociales. 2000. Bs. As. Biblos.
- Periódico PERFIL. Entrevista a Marcos Peña por Jorge Fontevicchia. Política. Edición 16/10/16
- PAGINA 12 16/05/2016 Entrevista a Javier Echeverría, filósofo español, investigador de las nuevas sociedades de la información
- VALDEZ ZEPEDA A. Las campañas electorales en la nueva sociedad de la información y el conocimiento Estudios Políticos, Núm. 20, Novena Época, Mayo-Agosto, 2010.
- Manual de Campaña Electoral. Marketing y Comunicación Política ed. Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung, 2006
- VERON E Construir el acontecimiento. Los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de ThreeMile Island. Introducción. Gedisa (1981)



ANEXO RESOLUCIÓN N° 263

- **Certificación:**

Cumplidos los requisitos de evaluación, se emitirá el Diploma de asistencia certificado por la UNPAZ.

