

Comunicación política y opinión pública



Presentación

El curso intensivo de Comunicación Política y Opinión Pública pretende analizar los procesos de interacción social entre los agentes políticos (institucionales y personales) y la sociedad, para garantizar efectividad en el planteamiento de estrategias comunicacionales en tres ejes: propositivas, informativas y movilizadoras. Esta actividad formativa busca consolidar conocimientos de carácter teórico para que profesores e investigadores especializados en el ámbito de la comunicación y las Relaciones Públicas puedan comprender las principales vertientes de investigación de la Comunicación Política, así como vislumbrar líneas de investigación y métodos especializados en el análisis científico de esta sub-disciplina.



Objetivos

Siguiendo con la línea del objetivo general planteado ut supra, se pretenden alcanzar los siguientes objetivos:

- Revisar el discurso en su función de creador y socializador de realidades sociales.
- Comparar las diversas teorías de la comunicación a la luz de los cambios del ecosistema comunicativo.
- Comprender los fundamentos del discurso público desde la perspectiva semiológica, lingüística y comunicativa.
- Estudiar la polarización y la demonización en el discurso público.
- Analizar a la comunicación política electoral: Estudio de caso (FARC-Colombia).
- Comunicación política institucional: Transparencia y Participación (e-gov).
- Visibilizar el mensaje institucional en tiempos de *infoxicación*.





Dirigido a

Profesores e investigadores, en especial aquellos que trabajen en línea principal o transversal la Comunicación y las Relaciones Públicas.



Requisitos de ingreso

Estudiantes, profesionales y público en general relacionados al área de la comunicación.



Perfil de salida

El curso permitirá a los participantes conocer las diversas líneas de investigación existentes en el campo de la Comunicación Política y el manejo de la opinión pública, así como plantear posibles líneas de investigación para estas áreas.



Modalidad de estudio

El curso se desarrollará bajo la modalidad de estudios:

	Semipresencial
x	Presencial
	Online



Estructura de contenidos

1. La creación y la socialización de la realidad

- 1.1. La realidad social.
- 1.2. El discurso como creador de la realidad social.
- 1.3. Análisis de discurso y análisis de contenido: Claves para su comprensión.
- 1.4. Los actos comunicativos y la realidad de la opinión pública.

2. El discurso político y su efecto en la opinión pública

- 2.1. Fases de un discurso público.
- 2.2. Efectos disuasivos del discurso político: Polarización y demonización.
- 2.3. Estudio del caso: Plebiscito FARC (Colombia).
- 2.4. Desinformación y discurso público.
- 2.5. Populismo y retórica populista.
- 2.6. Líneas de investigación en discurso político y *framing*.

3. Existir en el escenario digital infoxicado

- 3.1. Transparencia de la acción pública.
- 3.2. Infogobierno y *e-government*.
- 3.3. E-Participación.

3.4. Principales líneas de investigación en el análisis del discurso político en la Red.



Evaluación

Se centrará en la identificación de las perspectivas de investigación que se puedan adoptar en el estudio de la Comunicación Política. Las herramientas de evaluación consideradas son:

Trabajo presencial	100%
--------------------	------



Certificación y aprobación

Este curso tiene una duración de 16 horas presenciales.

La aprobación se realiza con el 70% como mínimo de la nota total y el 75% de asistencia a las jornadas presenciales. Al finalizar el curso se entregará un Certificado aprobatorio en **Comunicación Política y Opinión Pública**, avalado por la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL).



Cuerpo de instructores

El centro de Educación Continua de la UTPL, cuenta con instructores de gran experiencia en su área del conocimiento, tanto a nivel profesional como de enseñanza a nivel superior.

Luis Miguel Romero Rodríguez

- Doctor Internacional en Comunicación por las Universidades de Sevilla, Málaga, Huelva y Cádiz.
- Máster en Comunicación Social, itinerario Investigación en Comunicación por la Universidad de Almería.
- Especialista en Derecho y Políticas Internacionales (Universidad Central de Venezuela).
- Licenciado en Comunicación Social, mención Comunicación Corporativa (Universidad Santa María, Venezuela).
- Licenciado en Derecho (Universidad Santa María, Venezuela)
- Profesor Contratado Doctor (ANECA) y nivel III de la Universidad Isabel I (Burgos, España).
- Vicepresidente del capítulo español de la Red Interuniversitaria Euroamericana de Investigación en Competencias Mediáticas para la Ciudadanía (ALFAMED)
- Profesor de los Másteres en Comunicación y Educación Audiovisual (Universidad de Huelva e Internacional de Andalucía), Innovación y Dirección en Comunicación (Universidad de Cádiz) y Dirección de Comunicación Institucional, Marketing y Producción de Eventos (Universidad Complutense de Madrid).
- Editor adjunto de la Revista Comunicar (JCR Q1 / Scopus Q1) y Editor Jefe de la Revista Retos.

Carlos Granda

- Máster en Dirección de Marketing por la Escuela de Organización Industrial de Madrid.
- Docente investigador universitario de la UTPL.
- Ex director del Departamento de Marketing y Publicidad de la UTPL.
- Director Nacional de Educación Continua de la UTPL.
- Director General de Estrategia Consultores, empresa especializada en Investigación de mercados, Opinión Pública y Asesoría empresarial.
- Presidente de la Fundación CISOL.