

DIPLOMATURA EN PENSAMIENTO ESTRATÉGICO Y COMUNICACIÓN POLÍTICA

Dirección: Lic. Pablo Balcedo

Duración

6 meses

Título que otorga

Diplomado/a en Pensamiento Estratégico y Comunicación Política

Institución que titula:

Facultad de Filosofía y Letras | Universidad de Buenos Aires

FUNDAMENTOS

Luego de veinte años al frente de la intendencia un referente comunal septuagenario afirmaba que podía sentir lo que la gente quería y con sólo ver caminar a su oponente sabía qué hacer con él. Después de perder las elecciones argumentaba que el pueblo era torpe y desagradecido y que él **gobernó bien pero comunicó mal**. No obstante, su joven sucesor continuó una comunicación de campaña electoral una vez llegado al ejecutivo y ante demandas tales como cloacas, luminarias o seguridad la flamante gestión respondía con **emojis** o un **hashtag**. Advertido de los resultados negativos en las encuestas de opinión decidió a instancias de **asesores de imagen** adjetivar toda política pública con un serio y maduro “estratégico”. Y ciertamente, la ciudadanía ha acusado recibo de la maniobra: ahora reclama contra la inexistencia del **plan estratégico integral de cloacas**, el pésimo funcionamiento del **programa estratégico de luminarias** y el rotundo fracaso de la **política estratégica de seguridad ciudadana**. Lejos de ser excepciones estas experiencias constituyen más bien el estado de situación de áreas relevantes de la gestión pública y privada.

En América Latina la comunicación política es aún un área académica en ciernes y un campo en construcción para la investigación científica. La tarea es ardua ya que las características históricas y sociopolíticas de la región han tendido a alejar el análisis y la investigación rigurosa del terreno electoral y de gobierno. La intuición y el carisma han ganado la antesala de la decisión. Resulta relativamente reciente la incorporación de técnicos altamente calificados a un equipo donde la especialización converge en una estrategia integral y ordenada. Emerge la figura del management político que no es el candidato, no es el hombre de confianza para la “rosca política”, ni el mariscal de campo que gana la elección. Es más bien, el general que sobrevuela varios campos de batalla en simultáneo, realiza una inteligencia del terreno estableciendo y actualizando la situación inicial y la deseada, desarrolla la misión del protagonista, sistematiza sus intereses y motivaciones realizando el mismo trabajo en el reconocimiento de otros actores e intereses, hipotetiza escenarios y construye sociogramas de poder.

El ámbito de la estrategia es el ámbito de la política. No hay política sin comunicación. Pero no estamos en el imperio de la comunicación. Es sólo la política junto a la comunicación. Es la política con comunicación, necesaria para la construcción de consensos para gobernar, o legitimar las acciones políticas en democracia.

En este sentido, aspiramos presentar una metodología para la toma estratégica de decisiones en el marco de una comunicación política eficiente y eficaz. Esta propuesta se enmarca en investigaciones propias que anhelan innovar el campo en construcción de la comunicación política concibiendo un marco teórico-metodológico entramado compuesto por el Pensamiento Estratégico del Estado Mayor Conjunto y la Comunicación Política Moderna.

Objetivos Generales

Que los estudiantes:

- Realicen una aproximación académica al pensamiento estratégico y la comunicación política.
- Adquieran elementos conceptuales y teórico-metodológicos para analizar campañas electorales, comunicación y crisis de gobiernos.
- Desarrollen capacidades técnicas que les permitan intervenir en el campo de la estrategia en general y en la comunicación política en particular.

DIRIGIDO A

La Diplomatura expresa la necesidad tanto del campo académico como político-profesional de incorporar espacios de reflexión teórica, metodológica y práctica. Además, este proyecto se encuentra dirigido fundamentalmente a la amplia ciudadanía que requiere elementos que la acerquen a una comprensión cabal de los procesos comunicacionales y estratégicos que fundan las decisiones que rigen su vida cotidiana e impactan en su futuro. En definitiva, apostamos a co-construir un ámbito abierto que incluya las múltiples miradas y preguntas que las personas se hacen respecto a ciertos aspectos de la política. Es por esto que la presente Diplomatura se encuentra dirigida a la ciudadanía en general, sean éstas personas académicas, profesionales especializados o “ciudadanos de a pié”.

REQUISITOS DE ADMISIÓN

Cumplir con los requerimientos de la Inscripción previa.

PERFIL DE LOS EGRESADOS

Quienes cursen la Diplomatura adquirirán herramientas conceptuales y metodológicas para analizar cómo se construye una campaña electoral de modo estratégico; cuáles son los diversos modos de comunicación según situación política; qué implica pensar estratégicamente en general y particularmente la comunicación política.

RESPONSABLES

Director: Lic. Gabriel Lewin

(Licenciado en Estudios Políticos por la Universidad Nacional de General Sarmiento. Fue parte de la Diplomatura en Comunicación Política de la Universidad Austral. Realizó la Maestría en Gestión y Desarrollo Gubernamental de la FCE-UBA y la Maestría en Pensamiento Estratégico de la Escuela Superior de Guerra Naval. Docente de Teoría política Moderna en diversas universidades y asesor político).

Cumplirá con las siguientes funciones:

- Desarrollar los contenidos generales de la Diplomatura.
- Coordinar las tareas docentes requeridas para el desarrollo de la Diplomatura.
- Seguimiento permanente del desarrollo de la Diplomatura focalizado en las necesidades del alumnado.
- Evaluar la estructura, la ejecución y modificaciones de la Diplomatura.

Cumplirá con el dictado teórico de las clases

Cumplirá con el seguimiento práctico del alumno

PROGRAMA

Unidad I:

Algunos elementos de Teoría política

Política y modernidad. Acción política e instituciones políticas. Maquiavelo: conflicto de morales, conflicto de intereses y tragedia de la acción. Hobbes, entre Bodin y Robespierre: estado de naturaleza, contrato, Estado y soberanía. Una primera definición de la libertad. Gramsci: el Príncipe moderno, la hegemonía y la cultura.

Bibliografía

- Maquiavelo, Nicolás, El Príncipe, (varias ediciones)
- -----, Discursos sobre la primera década de Tito Livio, (varias ediciones)
- Hobbes, Thomas, Leviatán, (varias ediciones)
- Gramsci, Antonio. Notas sobre Maquiavelo, sobre política y el Estado Moderno, Ediciones Nueva Visión, Buenos Aires, 1980.

Unidad II

Estrategia moderna y la irrupción de la psicología de masas

Los orígenes de la guerra moderna (siglos XVI al XVIII). Los autores clásicos del Siglo XIX: intérpretes de Napoleón. Del Siglo XIX a la primera guerra mundial. De la primera guerra mundial a la segunda guerra mundial. Psicología de masas del fascismo y desarrollo de una maquinaria comunicacional política. Historización política de la Comunicación de masas en EEUU.

Bibliografía

- Edward Mead Earle, Creadores de la Estrategia Moderna. De Maquiavelo a Hitler, Círculo Militar, Buenos Aires, 1968.
- Wilhem, Reich. La Psicología de masas del fascismo, Editorial Roca, México, 1973.
- Muñoz, Blanca. Cultura y comunicación: introducción a las teorías contemporáneas, Fundamentos, Madrid, 2005.
- Byung-Chul Han. Psicopolítica. Neoliberalismo y nuevas técnicas del poder. Editorial Herder, Buenos Aires, 2014.

Unidad III:

La estrategia de aproximación indirecta y la no violencia estratégica.

Comunicación social y estratégica de desestabilización política

Debilitar la resistencia antes de intentar quebrarla y sacar a la otra parte de sus defensas. Los Estados como sistemas complejos que incluyen instituciones específicas (policía, juzgados, entidades reguladoras) pero también pueden involucrar la dimensión cultural que inspira obediencia pretendiendo hacer implícita la idea de que el poder es monolítico (el culto divino a los faraones egipcios, la dignidad de la residencia presidencial, normas éticas y morales, y tabúes). A través de estos sistemas, los individuos son enfrentados con sistemas de sanciones (prisión, multas, ostracismo) y recompensas (títulos, riqueza, fama) que influye en la extensión de su obediencia.

Bibliografía

- Sharp, Gene. De la dictadura a la democracia. Editorial Dharana, 2013.
- B. H. Liddell Hart. Estrategia de aproximación indirecta. Las guerras decisivas de la Historia, Editorial Rioplatense, 1946.
- Khaled Hroub. Los medios de comunicación (sociales), la política y el momento de la Primavera Árabe, Quaderns de la Mediterrània 22, 2015.
- José Abu-Tarbush. Perfiles sociopolíticos de la primavera árabe. Proyecto I+D del MICINN: "Sociedad civil y contestación política en Oriente Medio: dinámicas internas y estrategias externas", 2015
- Thomas Tufte. O renascimento da Comunicação para a transformação social – Redefinindo a disciplina e a prática depois da 'Primavera Árabe'. INTERCOM, São Paulo, v.36, n.2, p. 61-90, jul./dez. 2013

Unidad IV:

Metodología de la decisión estratégica

Conducción estratégica: Niveles de decisión y de conducción. Características de la conducción estratégica: racionalidad interdependiente; libertad de acción; dialéctica de voluntades; incertidumbre. Conocimientos que se relacionan con la conducción estratégica.

Bibliografía

- Frischknecht, Lanzarini y otros, Estrategia: Lógica, Teoría y Práctica, Escuela de Guerra Naval, 1995
- Schelling, T., La estrategia del conflicto, Tecnos, Madrid, 1964.

Unidad V

La comunicación política como War Room

La comunicación política estratégica. Diseño estratégico de campañas electorales. El rol del management comunicacional como decisor estratégico. De la campaña tradicional a la moderna: diseño, investigación, tecnologías, neuropolítica, big data, analytics y minería de datos.

Bibliografía

- Joseph Napolitan. 100 cosas que he aprendido en 30 años de trabajo como asesor de campañas electorales, Conferencia anual de la Asociación Internacional de Asesores Políticos. 1986.
- Jaime Durán Barba y Santiago Nieto. El arte de ganar: Cómo usar el ataque en campañas electorales exitosas, Editorial Debate, Buenos Aires, 2010.
- Ismael Crespo, Antonio Garrido, Ileana Carletta y Mario Riorda. Manual de comunicación política y estrategias de campaña. Candidatos, medios y electores en una nueva era, Editorial Biblos, Buenos Aires, 2011
- Ismael Crespo (coord.) Las campañas electorales y sus efectos en la decisión de voto. Tirant Lo Blanch, Valencia, 2002.
- Ratto Ma. Celes y Montero, José R.. Modelos de voto en Argentina: las elecciones presidenciales de 2007. PostData, Buenos Aires, 2013.
- Antoni, Gutiérrez-Rubí. Tecnopolítica. El uso y la concepción de las nuevas herramientas tecnológicas para la comunicación, la organización y la acción políticas colectivas. Editorial Grafiko, España, 2014.
- Marco, Iacboni. Las neuronas espejo. Empatía, neuropolítica, autismo, imitación o de cómo entendemos a los otros. Editorial Katz, Buenos Aires, 2009.

Unidad VI

Comunicación política gubernamental

Problemas políticos. Opinión pública: voto, valorización de gobierno y posicionamiento de candidato. Rutinas de comunicación gubernamental. ¿Planificación estratégica de la comunicación de gobierno y/o desing thinking comunicacional? Comunicación interna gubernamental. El mito político y su aplicación en la comunicación de gobierno. Estrategias en las crisis públicas.

Bibliografía

- Luciano Elizalde y Mario Riorda (Eds). Comunicación gubernamental 360, Editorial La Crujía, Buenos Aires, 2013.
- Mario Riorda y Omar Rincón (Eds). Comunicación gubernamental en acción. Narrativas presidenciales y mitos de gobierno, Editorial Biblos, Buenos Aires, 2016.
- Luciano Elizalde, Damián Fernández Pedemonte y Mario Riorda (Comps), La construcción del consenso. Gestión de la comunicación gubernamental, Editorial La Crujía, Buenos Aires, 2006
- Elizalde, Luciano Fernandez Pedemonte, Damian Riorda, Mario (Eds). La gestión del disenso, Editorial La Crujía, Buenos Aires, 2011.
- Luciano Elizalde, Damián Fernández Pedemonte y Mario Riorda. La construcción del consenso. Gestión de la comunicación gubernamental. La Crujía, Buenos Aires, 2006
- Natalia Arugueté, El poder de la agenda: política, medios y público. Editorial Biblos, Buenos Aires, 2016
- Manuel Mora y Araujo. El poder de la conversación. Editorial La Crujía, Buenos Aires, 2005.

ESTRUCTURA

La Diplomatura se dictará en formato a distancia y sus contenidos serán abordados a partir de seis núcleos temáticos desarrollados uno cada mes. La frecuencia del dictado será semanal.

La propuesta pedagógica se llevará adelante a través de dos instancias de evaluación interdependientes. Cada clase estará acompañada de material audiovisual pertinente y un foro de debate colectivo movilizado a partir de una pregunta disparadora. A su vez, cada materia requerirá la elaboración de un trabajo práctico que permita vincular los diversos ítems abordados. Ambas instancias son requisito necesario de aprobación.

A lo largo del dictado de la Diplomatura los estudiantes dispondrán de horarios de consulta e instancias de foros on line previamente acordadas con el colectivo.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN

Generales

Previo al dictado de cada materia, se presentarán los contenidos completos de cada clase, con los temas, la bibliografía, los links y las indicaciones de cursada.

Certificación Final

Para recibir la Certificación Final, los alumnos deberán aprobar todas las materias y el Proyecto Integrador Final.

Aprobación de cada materia:

Lectura y comprensión de cada clase.

Participación como mínimo en 2 tutorías por materia (de las 4 tutorías totales, que tendrá cada materia)
