

PROGRAMA

Desinformación y campañas negativas

Lic. Elda Arroyo (México)

Fabián Cardozo (Uruguay)

Mag. Marcel Lhermitte (Uruguay)

Las campañas negativas, así como también la desinformación, no son nuevas en los procesos electorales. Es más, ya en el siglo I AC, Quinto Tulio Cicerón le recomendaba a su hermano, Marco Tulio –al postular este como edil de Roma– que “si algo lo posibilita, que se suscite contra tus rivales el descrédito”.

Luego de la campaña presidencial de Donald Trump en 2016, el escándalo de Cambridge Analytica, la campaña de Jair Bolsonaro en Brasil en 2018, plagada de *fake news* y con un notorio caso de *lawfare*, se confirmó el nacimiento de una nueva era de las estrategias de desinformación, en donde los medios de comunicación y las redes sociales tienen un rol mucho más activo.

¿Cuáles son las estrategias que se utilizan? ¿Cómo podemos terminar con este mal y brindar certezas a las ciudadanías?
¿Cuál es el rol de los profesionales de la comunicación ante este flagelo?

Cuerpo docente

Elda Arroyo (México) es licenciada en Letras Hispánicas por la Universidad de Guadalajara y maestrante en Administración Pública. Trabajó para Milenio, Notisistema y Eastern Group de Los Ángeles, California, entre otros. Cuenta con formación policial y actualmente es directora de Comunicación de la Secretaría de Seguridad del Estado de Jalisco, en México.

Fabián Cardozo (Uruguay) es consultor en comunicación política y campañas electorales. Diplomado en Comunicación Política UBA y Diploma de Especialización en Marketing Político y Comunicación de Gobierno Camilo José Cela (España). Periodista con veinte años de trayectoria en medios uruguayos e internacionales. Expresidente de la Asociación de la Prensa Uruguaya y de la Federación de Periodistas de América Latina y el Caribe.

Marcel Lhermitte (Uruguay) es licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de la República y magíster en Comunicación Política y Gestión de Campañas Electorales. Periodista. Ha sido consultor en campañas electorales en América Latina, el Caribe y Europa. Asesor de legisladores y gobiernos locales en Iberoamérica. Director del colectivo latinoamericano de comunicación política Relato. Coordinador del Diploma de Comunicación Política de la Universidad Claeh. Autor de los libros La Reestructura. La comunicación de gobierno en la primera presidencia de Tabaré Vázquez, La campaña del plebiscito de 1980. La victoria contra el miedo y Los ecos del No. Las elecciones internas de 1982.

Objetivos del curso

- El curso está dirigido a estudiantes y egresados de la Facultad de Información y Comunicación de la Universidad de la República y de otras carreras con perfil de sociales y humanidades.
- Conocer las técnicas que se utilizan en materia de desinformación.
- Advertir las problemáticas que padece nuestra sociedad y la democracia debido a las estrategias de desinformación.
- Apostar al fortalecimiento de la ética profesional de quienes trabajan en medios de comunicación y también en organizaciones políticas y sociales.
- Brindar herramientas y profesionalizar la gestión en materia de comunicación política en las campañas electorales, en comunicación de gobierno y en la de colectivos sociales y políticos.
- Mejorar el desempeño de los funcionarios que intervienen en el proceso de comunicación de las instituciones públicas.
- Entrenar en el diseño de estrategias de comunicación que contribuyan a denunciar y frenar el flagelo de la desinformación.
- Brindar herramientas para gestionar posibles crisis que se generen debido al uso de estrategias de desinformación o de campañas negativas.

Contenidos

- Teorías de la comunicación política.
- Desinformación.
- *Fake news* y *lawfare*.
- Planificación y gestión de campañas negativas.
- Persuasión, manipulación y comunicación política.
- Ética profesional.
- Nuevas tecnologías en la comunicación de gobierno y en las campañas electorales.
- Comunicación digital.
- *Media training*.
- *Storytelling*.
- Gestión de crisis. Análisis del papel de la comunicación en las crisis políticas e institucionales provocadas por las técnicas de desinformación.
- Análisis de casos.

Módulos

Unidad I. Desinformación política. Facilitador: Fabián Cardozo. Diez horas.

Unidad II. Campañas negativas. Facilitador: Marcel Lhermitte. Seis horas.

Unidad III. Gestión de crisis. Facilitadora: Elda Arroyo. Cuatro horas.

Metodología

Las clases se realizarán a distancia, a través de la plataforma zoom.

El curso se dictará dos veces por semana en clases de dos horas. En total son diez sesiones que se realizarán en cinco semanas.

Los docentes brindarán un marco teórico para trabajar posteriormente en formato taller y llevar a la práctica lo estudiado.

Se propondrán exposiciones docentes, debates, análisis de casos y trabajos en grupos.

Evaluación de aprendizajes (obligatoria para que se pueda certificar como de posgrado)

Se propone la realización de un trabajo final para evaluar los conocimientos adquiridos.

Certificación

Curso de Desinformación y campañas negativas.

Bibliografía

Álvarez Ferretjans, Daniel. *Historia de la prensa en el Uruguay. Desde La Estrella del Sur a Internet*. Búsqueda y Editorial Fin de Siglo, 2009, Montevideo, Uruguay.

Arroyo, Luis. *El poder político en escena. Historia, estrategias y liturgias de la comunicación política*. RBA Libros, 2012, Barcelona, España.

Bartlett, Frederic Charles. *La propaganda política*. Fondo de Cultura Económica, 1941, México DF, México.

Colomer, Josep y Beale, Ashley. *Democracia y globalización. Ira, miedo y esperanza*. Anagrama, 2021, Barcelona, España.

Domenach, Jean-Marie. *La propaganda política*. Editorial Universitaria de Buenos Aires, 1962, Buenos Aires, Argentina.

Duplá, Antonio; Fatás, Guillermo; Pina, Francisco. *El manual del candidato de Quinto Tulio Cicerón*. Servicio de Publicaciones de la Universidad del País Vasco, 2017, Bilbao, España.

Eco, Umberto. *Contra el fascismo*. Editorial Penguin Random House, 2018, Barcelona, España.

García Beaudoux, Virginia; D'Adamo, Orlando; y Slavinsky, Gabriel. *Propaganda gubernamental. Tácticas e iconografías del poder*. La Crujía Ediciones, 2011, Buenos Aires, Argentina.

Giansante, Gianluca. *La comunicación política online*. Editorial UOC, 2015, Barcelona, España.

Goebbels, Joseph. *El diario de Goebbels*. Plaza y Janés Ediciones, 1960, Barcelona, España.

Greene, Robert. *Las 48 leyes del poder*. Editorial Espasa Calpe, 2008, Madrid, España.

Kapuscinski, Ryszard. *El mundo de hoy. Autorretrato de un reportero*. Editorial Anagrama, 2004, Barcelona, España.

Kapuscinski, Ryszard. *Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el bueno periodismo*. Editorial Anagrama, 2002, Barcelona, España.

Lesaca, Javier. *Armas de seducción masiva. La factoría audiovisual de Estado Islámico para fascinar a la generación millennial*. Ediciones Península, 2007, Barcelona, España.

Maarek, Philippe J. *Marketing político y comunicación. Claves para una buena información política*. Editorial Paidós Comunicación, 1995, Barcelona, España.

Maquiavelo, Nicolás. *El Príncipe*. Editorial Losada, 2003, Buenos Aires, Argentina.

Martín Salgado, Lourdes. *Marketing político. Arte y ciencia de la persuasión en democracia*. Ediciones Paidós, 2002, Barcelona, España.

Ruiz Collantes, Francesc Xavier. *La construcción del relato político. Crear historias para ganar votos*. Aldea Global, Universitat Autònoma de Barcelona, 2019, Barcelona, España.

Sartori, Giovanni. *El Homo videns. La sociedad teledirigida*. Editorial Santillana, 1998, Madrid, España.

Sun Tzú. *El arte de la guerra*. Independently, 2021, Madrid, España

Wolton, Dominique. *Sobrevivir a Internet. Conversaciones con Olivier Jay*. Editorial Gedisa, 2000, Barcelona, España.

Wolton, Dominique. *Informar no es comunicar. Contra la ideología tecnológica*. Editorial Gedisa. 2010, Barcelona, España.