

PROGRAMA DEL CURSO

“Comunicación política digital: herramientas y estrategias”

Docente:	Lic. Dioni Céspedes Bolaños
Datos de contacto:	dionicespedes@gmail.com
Duración total del curso:	12 horas / certificado de participación
Fecha de inicio:	Martes 29 de octubre de 2024
Fecha de finalización:	Jueves 14 de noviembre de 2024
Horario:	Martes y jueves de 6:00 p.m. a 8:00 p.m.
Modalidad:	Virtual
Sesiones y materiales:	Zoom - Plataforma “UCR-GLOBAL”
Requisitos:	Contar con conexión a internet y equipo tecnológico para estar presente en cada sesión con video activado

PÚBLICO META: Dirigido a profesionales de las ciencias sociales que desempeñan roles clave en diferentes niveles de acción y decisión. Esto incluye a actores políticos protagonistas, así como estrategas, asesores y consultores que participan activamente en el diseño e implementación de estrategias de comunicación política. También está orientado a *community managers* que gestionan la comunicación digital de instituciones, actores y/o ONG; funcionarios públicos encargados de comunicación institucional y activistas que buscan incidir en la agenda pública y aspirantes a candidaturas a puestos de elección popular.

RESUMEN CORTO: Este curso de introducción a la comunicación política digital explora los fundamentos esenciales de cómo se construye y transmite el mensaje político. Se inicia con una comprensión de los actores clave, la segmentación del público y las estrategias para abordar diferentes audiencias. Se analizan las tácticas de campañas políticas en plataformas digitales como Instagram, Facebook, Twitter (conocido como X) y TikTok, a la vez que se destacan las herramientas para monitorear el impacto digital a través de estadísticas y métricas.

JUSTIFICACIÓN

En Costa Rica, el uso extendido de plataformas digitales como Facebook y WhatsApp, con un 78% y 96% de la población adulta respectivamente (Brenes Peralta et al., 2023), resalta la importancia de las plataformas digitales en la comunicación política contemporánea. Estas herramientas tecnológicas permiten

a los equipos de comunicación de las instituciones, a las estrategias de incidencia y de campaña electoral, crear y difundir contenidos rápidamente, logrando un alcance masivo que puede influir de manera significativa en la percepción pública y en los procesos de incidencia y en las elecciones. (Siles et al., 2021).

Este curso sobre comunicación política digital se vuelve esencial para dotar a las personas profesionales de las herramientas necesarias para gestionar de manera estratégica y efectiva los discursos del poder en las redes sociales.

Es de suma importancia no sólo capacitar en la creación de estrategias de impacto, sino que también enseñar a identificar y valorar el alcance de los diferentes tipos de contenido con base en los datos estadísticos y métricas.

DESCRIPCIÓN:

Este curso de introducción a la comunicación política digital explora los fundamentos esenciales de cómo se construye y transmite el mensaje político. Se inicia con una comprensión de los actores clave, la segmentación del público y las estrategias para abordar diferentes audiencias.

A lo largo del curso, se analizan las tácticas de campaña política electoral, institucional y/o de incidencia, así como el detalle del uso de las diferentes plataformas digitales. Además, se destacan las herramientas para monitorear el impacto digital y cómo las plataformas digitales han transformado la forma de hacer política.

OBJETIVO GENERAL

Capacitar a las personas profesionales en los fundamentos de la comunicación política digital, abordando la construcción y transmisión estratégica de mensajes políticos, a través de la utilización de plataformas digitales y la gestión ética de contenidos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Identificar las estrategias principales para la segmentación de audiencias en las plataformas digitales para las campañas de comunicación política.
2. Entender el funcionamiento de las plataformas digitales en la política, destacando el uso de redes sociales como Facebook, Instagram, Twitter y TikTok y cómo estas herramientas pueden impactar audiencias masivas.
3. Aprender a diseñar e implementar una estrategia de comunicación política digital, con el uso de datos estadísticos y métricas de pauta en las plataformas digitales.

El curso se llevará a cabo a lo largo de 3 semanas, combinando sesiones teórico-magistrales con ejercicios prácticos. Cada participante contará con el acompañamiento de la persona docente, garantizando un aprendizaje integral y

relevante para sus necesidades profesionales y políticas.

CONTENIDOS:

1. Componentes Básicos de una Campaña Política Digital
2. Estrategias en Redes Sociales para Campañas Políticas
3. Colaboraciones Estratégicas y Generación de Impacto Digital
4. Creación de Contenido para Redes Sociales Políticas
5. Programación, Gestión y Publicidad en Redes Sociales
6. Adaptación, Ajustes y Optimización de Campañas Digitales

METODOLOGÍA DEL CURSO:

Este curso se desarrolla bajo la modalidad virtual durante seis sesiones sincrónicas de una duración de dos horas cada una, a través de la plataforma zoom, en las cuales la docente hará una exposición para el desarrollo de los contenidos, así como actividades con un enfoque aplicado para potenciar y facilitar la comprensión e implementación de los conocimientos por parte de las personas estudiantes.

Los materiales se subirán a la plataforma institucional UCR Global a la que tendrán acceso todas las personas matriculadas. En cada una de las sesiones, la persona docente subirá las grabaciones y los materiales de exposición con los principales contenidos del curso, según el cronograma adjunto; y, como apoyo a la clase, se facilitan lecturas, videos y otros recursos multimedia que complementen el proceso de aprendizaje de las personas participantes.

De conformidad con las disposiciones de la Vicerrectoría de Acción Social, la obtención del certificado de participación, en este tipo de actividades formativas está condicionada a la asistencia de cada participante a todas las sesiones del curso, sin excepción, en caso de ausencia justificada¹, se deberá gestionar la debida comprobación ante la docente, en un plazo máximo de 1 día hábil, una vez pasada la sesión perdida.

Contaremos con un chat de *whatsapp* para evacuar dudas y dar seguimiento a la temática del curso, coordinado por el asistente del programa de formación docente de la Escuela de Ciencias Políticas.

Todas las sesiones quedarán registradas y se subirán a la plataforma de UCR Global en caso de requerir repaso de los contenidos o de ausencia justificada.

¹ Son ausencias justificadas en caso de enfermedad certificada, fallecimiento de un familiar o persona cercana o algún evento de fuerza mayor debidamente justificado.

	Fecha	Contenidos	Actividades	Recursos
1	Martes 29/10/24 Sincrónica 6:00 – 8:00 p.m.	Componentes Básicos de una Campaña Política Digital <ul style="list-style-type: none"> - Componentes principales de una campaña política digital. - Definición de los objetivos de comunicación. - Identificación de las audiencias objetivo. 	Práctica: Definir los objetivos de una campaña simulada	SIBAJA, Gina. (2020). Fascículo Herramientas de comunicación política. San José: TSE-IFED. https://www.tse.go.cr/publicaciones_fasciculos.htm
2	Jueves 31/10/24 Sincrónica 6:00 –8:00 p.m.	Estrategias en Redes Sociales para Campañas Políticas <ul style="list-style-type: none"> - Estrategias para el uso de Twitter (X), Facebook, Instagram y TikTok en campañas. - Cómo construir una presencia sólida y coherente en redes sociales. - El papel de los influencers y microinfluencers en la política 	Práctica: Análisis de Estrategias de Comunicación en Campañas Reales	Videos de Youtube, ejemplos campañas políticas
3	Martes 05/11/24 Sincrónica 6:00 – 8:00 p.m.	Colaboraciones Estratégicas y Generación de Impacto Digital <ul style="list-style-type: none"> - Estrategias de colaboración con influencers, medios y aliados políticos. - Introducción a las métricas clave para monitorear el impacto digital. - Herramientas para el análisis de datos y seguimiento de campañas. 	Práctica: Crear un plan de monitoreo y análisis para una campaña simulada.	Análisis de Casos de Estudio de colaboración, con videos de campañas que usaron influencers Plataforma Meta Blue
4	Jueves 7/11/24 Sincrónica 6:00 – 8: p.m.	Creación de Contenido para Redes Sociales Políticas <ul style="list-style-type: none"> - Tipos de contenido: texto, imágenes, videos, historias, carruseles. - Reglas para la creación de contenido orientado a la persuasión, posicionamiento e información educativa. - Adaptación del contenido según la plataforma. 	Práctica: 1. Análisis de tipos de comunicación segmentada 2. Agregar al plan de la semana anterior una estrategia adaptada a cada red	Videos y contenido de redes de distintas figuras políticas y ONG.
5	Martes 12/11/24	Programación, Gestión y Publicidad en Redes Sociales	Práctica:	El uso de plataformas externas para la

	Sincrónica 6:00 –8:00 p.m.	<ul style="list-style-type: none"> - Herramientas para la programación de publicaciones. - Estrategias para la gestión de campañas en tiempo real. - Publicidad en redes sociales: segmentación y optimización de anuncios. 	1. Agregar al documento de estrategia, el cronograma de publicación y seguimiento de estadísticas.	programación y análisis estadístico de redes sociales.
6	14/11/24 Sincrónica 6:00 –8:00 p.m.	Adaptación, Ajustes y Optimización de Campañas Digitales <ul style="list-style-type: none"> - Revisión de herramientas para análisis y ajuste de campañas. - Adaptación de estrategias basadas en el comportamiento de la audiencia. - Optimización de campañas para maximizar el alcance y la interacción. 	Práctica: 1. Finalizar el diseño de la estrategia de comunicación digital, con el detalle de contenido enfocado en el comportamiento de audiencias.	Presentación de estrategias diseñadas en el curso.

Fuentes

- CRESPO, Ismael; D' ADAMO, Orlando; GARCÍA, Virginia y MORA, Alberto (Coords.) (2015) Diccionario de Enciclopédico de Comunicación Política. Madrid: Asociación Latinoamericana de Investigadores en Campañas electorales/ALICE. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. https://www.alice-comunicacionpolitica.com/wikialice/index.php/Diccionario_Enciclop%C3%A9dico_de_Comunicaci%C3%B3n_Pol%C3%ADtica
- SIBAJA, Gina. (2020). Fascículo Herramientas de comunicación política. San José: TSE-IFED. https://www.tse.go.cr/publicaciones_fasciculos.htm
- SILES GONZALEZ, Ignacio; CARAZO BARRANTES, Carolina y TRISTAN JIMENEZ, Larissa. (2024) (Ed.) Del like al voto: comunicación digital en las elecciones de Costa Rica 2022. Primera edición. | Montes de Oca, San José, Costa Rica: CICOM. https://link.ucr.cr/cicom_libro_del_like_al_voto
- SILES, Ignacio. (editor) (2020) Democracia en digital: Facebook, comunicación y política en Costa Rica. San José, Costa Rica: Universidad de Costa Rica/ Centro de Investigación en Comunicación – CICOM-. Espacio Universitario de Estudios Avanzados. https://www.academia.edu/42052082/Democracia_en_digital_Facebook_comunicacion_y_politica_en_Costa_Rica