

Bienvenidos



Compromiso de Gratuidad



Los mensajes recibidos

Sigo con una duda
No hay ningún costo por cursar el diplomado ?

Es gratis todo el curso

consulta 12:46 p. m.

es gratuita? 12:46 p. m.

Pero cuánto hay que pagar me gustaría saber 1:17 p. m.

Y gracias por la oportunidad que me da 1:18 p. m.

Muchas Gracias, entonces no
existe costo alguno bajo ninguna
circunstancia?

Diplomatura gratis dice ? 2:11

Saludos cordiales,

Dentro de la información que comparte dice 100% gratuita incluye
certificación?

2:51 p. m.

Buenas tardes, perdon no veo el valor de la diplomatura.

Incurrirá algún gasto 11:45 a. m.

No, es 100% gratuito 11:45 a. m. ✓

EXCELENTE



11:45 a. m.

Los mensajes recibidos

Y para recibir el certificado de participación, cuánto habrá que cancelar?

2:04 p. m.

Buen día, en algún momento se tendrá que abonar por el curso u otro concepto?

11:27 a. m.



Los mensajes recibidos

En serio gratis, no cobran nada, ni la constancia? Por qué?

Y por qué es gratuita?

Es gratuita no se paga nada y el motivo a qué se debe.

Disculpe. Es increíble que sea gratuito 1:30 a. m.

Cómo lo financian?? O al final hay que pagar algo 1:30 a. m.

Diga nomás ya que estoy interesando, pero quisiera saber todos los detalles

1:31 a. m.

Una pregunta 10:02 p. m.

Por qué o cuál es la intención o ganancia de brindar un Diplomado Gratis online en Latinoamérica?Cuál es la finalidad?

10:03 p. m.



Organización de 1a Clase

-15 minutos: Apertura del Meet

00: Repaso de clase anterior

10 minutos: Inicio oficial

90 minutos: Final

100 minutos: Espacio de preguntas



Hipersegmentación



**El método que cambia
la forma de hacer
política en América Latina**

*Probado en Campañas reales.
Presente en 26 países.*



¿Por qué hacemos historia?

- ✓ Método que trasciende lo teórico
- ✓ Implementado en campañas de LATAM
- ✓ Contenidos modernos y actualizados
- ✓ Apartidario
- ✓ Tecnología de la comunicación aplicada
- ✓ Networking
- ✓ Material complementario on-demand



Barreras de Entrada



Requisitos Formales



Dinero



Tiempo

Sobre Ustedes

+400 Políticos en actividad

+600 Asesores políticos

+600 Militantes

Aficionados y Estudiantes



Ava1es



Concepto

Comunicación: La comunicación es un proceso activo que permite a las personas, a través de referentes comunes, hacer construcciones colectivas para el desarrollo de la sociedad. Así también, se puede decir que la comunicación determina el proceso de toma de decisiones, en el sentido de que la adopción de medidas necesita de información y de un intercambio de opiniones, signos, señales y símbolos entre aquellos que están implicados.



Comunicación Política:

A. Función básica que controla y hace posibles las demás funciones del sistema político a partir de la información que circula en este, desde la formación de las demandas hasta los procesos de conversión y las respuestas del sistema.
(Canel 2006)



Política: Arte de gobernar y administrar el poder. La política se puede entender como un saber práctico que se realiza con la ejecución de unos principios. Canel (2006) afirma que la política es una actividad que consiste, esencialmente, en la toma de decisiones que incluyen proyectos, planes y programas de acción. Igualmente, indica que la política es el asunto de las cosas públicas, la dirección de las personas y de la comunidad en general.



B. La comunicación política establece la interacción voluntaria de un mensaje político desde el emisor hasta el receptor, con la intención de arrastrar a quien lo recibe hacia una dirección determinada, de tal manera que no pueda encaminarse hacia otra (Cotteret 1997).

Funciones



```
graph LR; F((Funciones)) --- F1(Establecer vínculos); F --- F2(Legitimar proyectos); F --- F3(Justificar acciones); F --- F4(Explicar los planes de gobierno y mostrar sus objetivos); F --- F5(Lograr el apoyo de los ciudadanos.);
```

Establecer vínculos

Legitimar proyectos

Justificar acciones

**Explicar los planes de gobierno y
mostrar sus objetivos**

Lograr el apoyo de los ciudadanos.

Breve Historia

GRECIA

Empieza a reflexionar sobre el poder, la autoridad, la persuasión y la retórica. Aparición de los sofistas. Su valor principal era la elocuencia y la persuasión como algo que podría ayudar a lograr un objetivo político.



ROMA

Aparición de la propaganda como elemento sustancial del estudio de la comunicación política y como una forma de control sistemático y de manipulación de la cultura y de la información en las relaciones de poder que se establecen entre los gobernantes, la aristocracia, el clero y el pueblo en general.



EDAD MEDIA

El cristianismo favoreció la difusión de su doctrina utilizando fórmulas de propaganda, tales como el recurso de líderes carismáticos y los fuertes simbolismos que permitieron difundir el mensaje con poderoso acento emocional y de fácil comprensión. Más adelante, en el siglo XV, apareció la imprenta de tipos móviles, como un desarrollo tecnológico en la difusión comunicativa, que cambió sustancialmente la forma de la comunicación.



RENACIMIENTO

El Príncipe
Obra fundamental. Contiene algunas reglas, estrategias y principios comunicativos para trabajar asuntos como la imagen del gobernante.

EDAD MODERNA

En el siglo XVIII y XIX, tiempos de profundas revoluciones y marcada agitación política, había mejorado considerablemente tanto la tecnología de la imprenta como la eficiencia y velocidad del transporte, lo que hizo posible diseminar los mensajes hacia audiencias más amplias. Los periódicos se convirtieron en poderosos vehículos para la difusión de información propagandística. Además, se comenzaron a utilizar las caricaturas políticas y los afiches políticos, que paulatinamente se volvieron un medio de comunicación común que abrió paso a todo un nuevo lenguaje visual que se intensificó durante la independencia de los Estados Unidos, la promulgación de la Constitución y la Revolución Francesa.





EDAD CONTEMPORÁNEA

Desde el siglo XX, a partir del principio de la democracia electoral, es donde se ha adoptado el término de comunicación política en sentido pleno. Son los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de la información los que crearon las condiciones para el desarrollo y la maduración de las técnicas de la comunicación al servicio de la esfera política.



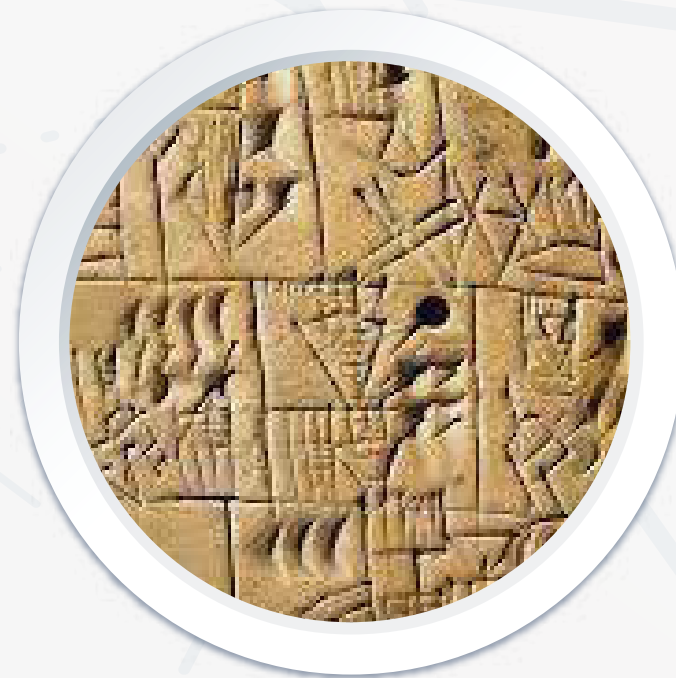
HIPERMODERNIDAD

La constante aparición de Tecnologías de la Información más el desarrollo de la big data hacen posible la aparición de nuevas técnicas centradas en la comunicación 1 - 1.
Generación del método Hipersegmentación®.



De la Pictografía a Instagram

5.000AC
Pictografía



2.200AC
Carta



1529
Diario



1895
Cine



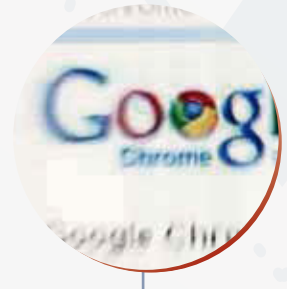
1440
Imprenta



1836
Teléfono



1899
Radio



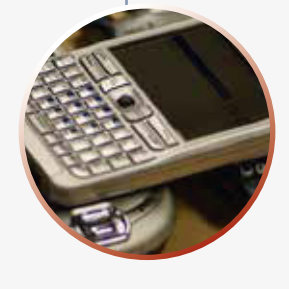
1993
Buscador
en Internet



1969
Internet



1926
Televisión



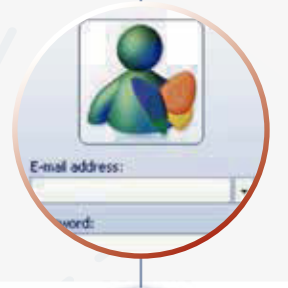
1992
Smartphone



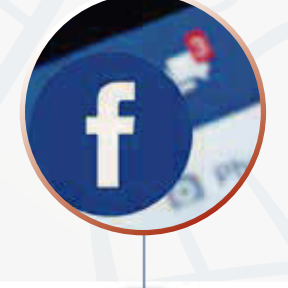
1969
Internet



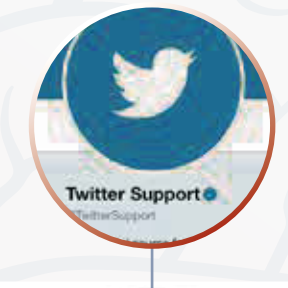
1997
Red Social
(SixDegrees)



1999
MSN



2004
Facebook



2006
Twitter



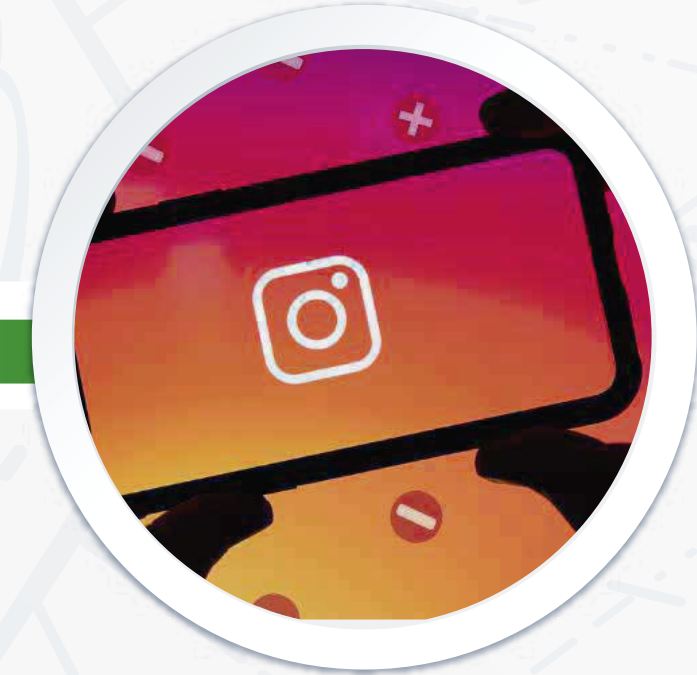
1998
Google



2002
Linkedin



2005
YouTube



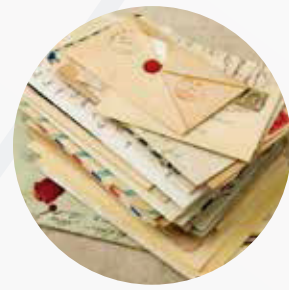
2010
Instagram

La Intensidad de los Últimos 40 Años



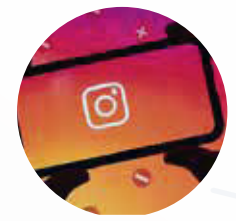
Pictografía

5.000AC



Carta

2.200AC



Instagram

2010



Internet

1969



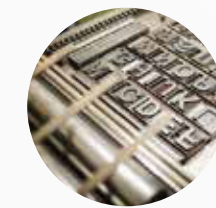
Telefono

1836



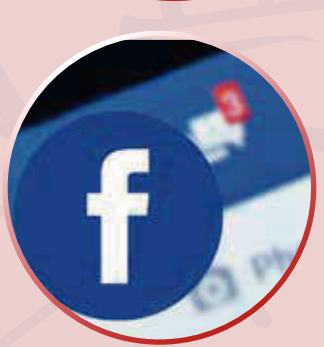
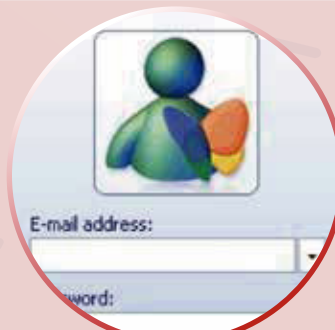
Diario

1529



Imprenta

1440



Mass
Media

Social
Media

La imagen televisiva puede convencer más que la propia realidad.

Hay tantas realidades como usuarios.

Medios de comunicación pensados para ser recibidos por grandes audiencias.

Comunicación pensada para que cada individuo encuentre gratificaciones.

La incorporación de los medios masivos de comunicación en la política permite la aparición de la personalización del liderazgo político, en el que la personalidad del hombre y de la mujer en la política se construye de manera individual, dejando de lado la institucionalidad política.

El debate no versa sólo sobre los asuntos que los partidos consideran prioritarios, sino cada vez más sobre los que plantea la sociedad civil en el escenario virtual (ejemplo: TT).

El principal sentido al mensaje se lo da el emisor.

Mirada algorítmica de la política.

Ciudadano en igualdad

Político
Ciudadano en igualdad.



JAVIER INSAURREALDE

Concepción cognitiva de la Comunicación Política

Seguir

Dejar de Seguir



USOS Y GRATIFICACIONES

Una nueva lectura

Audiencias activas.

Las audiencias (los individuos) satisfacen necesidades a través de los medios de comunicación.

Necesidades que puede satisfacer

Los medios y los consumidores van uno a uno, de la mano.

La gratificación genera confianza.

Necesidades Cognoscitivas: refuerzo de información, conocimiento y comprensión.

Necesidades Afectivas

Estéticas: experiencias emocionales y placer.

Necesidades integradoras a nivel de la personalidad: confianza, credibilidad y estabilidad individual.

Necesidades integradoras a nivel social: contacto con la familia, amistades y el mundo

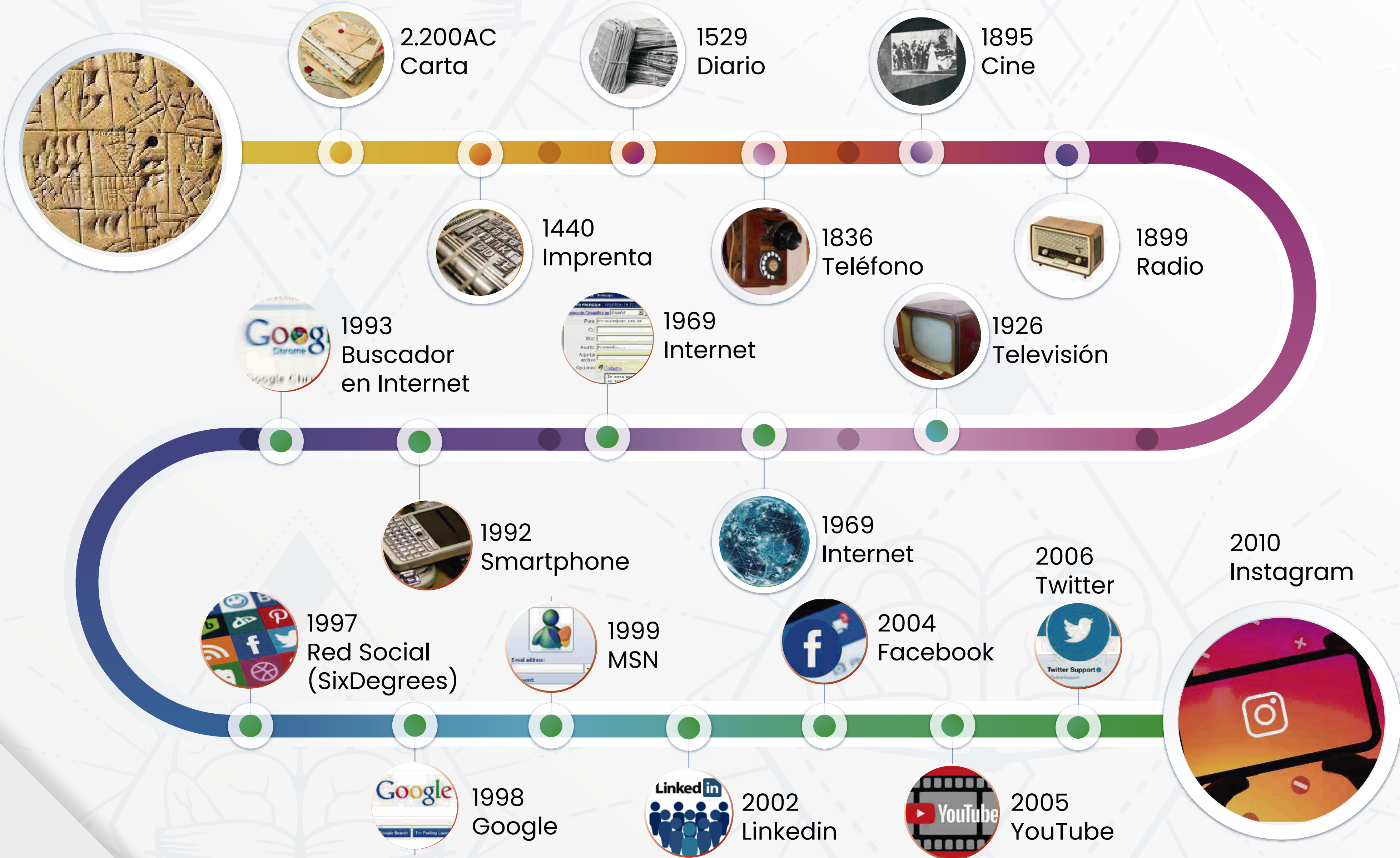
Necesidades de Evasión: escapismo, deseo de diversión, relajación de tensiones.

Política es igual
a Vincularse



De la Pictografía a Instagram

5.000AC
Pictografía

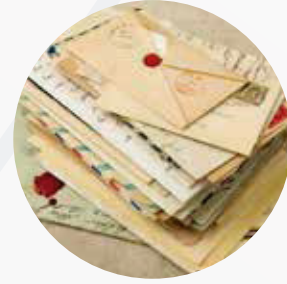


La Intensidad de los Últimos 40 Años



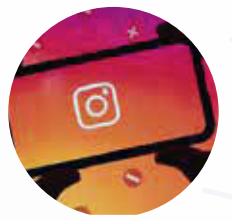
Pictografía

5.000AC



Carta

2.200AC



Instagram

2010



Internet

1969



Telefono

1836



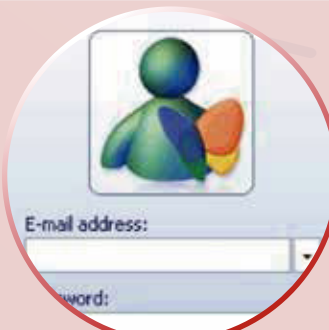
Diario

1529



Imprenta

1440



Edad Promedio de la Elite Política

50 – 60
Años



El Voto por Generaciones

**Centennials
(18-24)**

**Millennials
(25-37)**

**Generación X
(38-54 años)**

**Baby Boomer
(55-70 años)**

**Generación
Silenciosa
(+70)**

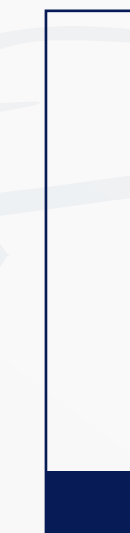
13,08%

20,43%

20,34%

13,53%

6,59%



El Voto por Generaciones

**Centennials
(18-24)**

**Millennials
(25-37)**

**Generación X
(38-54 años)**

**Baby Boomer
(55-70 años)**

**Generación
Silenciosa
(+70)**

13,08%

20,43%

20,34%

13,53%

6,59%

53,85%

Hay que saber de:

- **Política**
- **Comunicación**
- **Medios**
- **Filosofía y psicología aplicadas**
- **Comprender que trabajamos con herramientas viejas en un nuevo paradigma**



¡Gracias!

