

Enter

DIGITAL SCHOOL

Escuela online de Comunicación Política Digital



¿Qué es Enter? Es una escuela formada por un equipo de profesionales con experiencia de muchos años trabajando en política y apasionados por enseñar y divertirse en las clases. Queremos que todas las personas que tengan ganas puedan formar parte del mundo de la Comunicación Política Digital, o como se dice ahora, #ComPol Digital ;). Por eso, le dimos forma a esta experiencia educativa para darte las mejores herramientas a través de clases 100% online y en vivo... ¡Y con los mejores del rubro!

¿Por qué Enter? Porque somos una escuela de #ComPol Digital en la que vas a estudiar casos reales, tanto de campañas políticas como de gestión, con profesores que tienen una larga trayectoria y aman lo que hacen. Nuestras clases están preparadas para que aprendas mucho y la pases bien, porque para nosotros es clave que aprender también sea entretenido.

Lo digital se volvió esencial en política después de la pandemia, así que prepárate, porque de Enter vas a salir listo para asumir todos los desafíos del mundo de la #ComPol Digital que se te presenten y que quieras encarar.

Introducción

La evolución en la comunicación y sus herramientas vienen cambiando la manera de hacer política. La irrupción de los medios digitales modificó la relación, el vínculo y la conversación entre los políticos, los ciudadanos y los medios de comunicación.

Este programa se ha diseñado con el objetivo de poder comprender el potencial que tienen las herramientas y los canales digitales y su influencia en la sociedad.

Vamos a trabajar con marcos teóricos y casos prácticos dentro de la especialidad de cada docente. La visión de cada uno de ellos ayudará al alumno a que tenga todos los conceptos para entender este nuevo paradigma al que se enfrenta e incorporar los conocimientos necesarios para afrontar los desafíos que la comunicación política digital demanda en la actualidad.

Objetivos y destinatarios

¿Qué vas a lograr?

- Comprender la teoría y los conceptos de la nueva comunicación política digital.
- Adquirir una visión integral que permita entender los ecosistemas digitales, identificar las audiencias, analizar y medir datos y ejecutar campañas.
- Elaborar estrategias comunicacionales en función de cada plataforma.
- Aprender a posicionar a tu candidato desde el lado oficial y no oficial.

¿Para quién es?

Este programa está destinado a personas que trabajen en equipos de gobiernos municipales/provinciales/nacionales, partidos políticos, organizaciones no gubernamentales, medios especializados en política, prensa y medios internos/externos, consultores, agencias de medios, estrategas y todos aquellos que vayan a participar de campañas digitales que requieran de un conocimiento profundo sobre la comunicación política digital y sus amplificaciones en plataformas y medios.



Curso

ComPol Digital Avanzado

Comienza el 7 de Octubre de 2024

Programa

Unidad 1: Estrategias de contenido que conquistan: de la idea al feed.

Docente: Lucía Bonetto Cornatosky. **Se cursa:** Lunes 7/10, Miércoles 9/10 y Lunes 14/10 a las 19hs.

- Entender las redes sociales. Especificidad de plataformas, ¿para qué sirve cada una? ¿qué esperar y qué no esperar de sus algoritmos? Facebook, Instagram, X, TikTok y Youtube.
- Generación de contenido: cómo superar el calendario vacío. Consideraciones al momento de planificar. Del calendario al copy y del copy al planning. Tips para armado de copias.
- 10 ideas innovadoras. Líneas narrativas para crear contenido: racionales, educativa, interactiva, storytelling, informativos y humor.
- La importancia de la planificación para la creación de contenido. En digital, hay poco inventado y mucho copiado. Mapeo de cuentas similares: la importancia del refresh en las cuentas que manejamos.
- Cómo evaluar la performance en redes sociales. Armar un informe desde cero: ¿qué variables tener en cuenta? ¿Cómo construir los datos?
- Gestión de reputación y moderación de comunidades. ¿Cómo responder los comentarios o mensajes que llegan? Protocolo de gestión de comunidad. Plataformas que contribuyen a eficientizar la gestión de mensajes y el aporte comunicacional hacia la gestión política.

Programa (cont.)

Unidad 2: Big data y opinión pública al servicio de la comunicación.

Docente: Joaquín Molina. **Se cursa:** Miércoles 16/10, Lunes 21/10 y Miércoles 23/10 a las 19hs.

- Nuevos territorios y nuevas audiencias
- Las redes sociales: el aire que respiramos
 - a. Centralidad de las redes sociales en el debate público
 - b. Especificidades de cada red social
 - c. Convivencia con los medios tradicionales
 - d. La nueva comunicación: los memes, la IA y el discurso político
- Aproximaciones a la opinión pública: de la encuesta al big data
 - a. Metodologías cuanti y cuali (encuestas, entrevistas, grupos focales)
 - b. Big data aplicado al análisis de la opinión pública y comportamientos electorales: entendimiento y segmentación de audiencias, monitoreo de redes sociales (social listening), detección de tendencias. Ventajas y desventajas.
- La importancia de “salir” del propio algoritmo
- La técnica del social listening
 - a. El análisis de sentimiento: la imagen digital
 - b. La detección de influencers
 - c. Trolls, bots y usuarios “de a pie”
 - d. Alcances y limitaciones
 - e. Diálogo con otras técnicas de investigación: cómo complementar las encuestas tradicionales con la escucha digital
- Seguimiento de tendencias y detección de crisis: cuando “subirse” a la conversación digital.
- Cómo armar un equipo de análisis de datos (la importancia de combinar el conocimiento práctico con el análisis político).

Programa (cont.)

- Nuevas tendencias: el rol de la IA en el análisis de datos
 - a. Chat GPT, Gemini y otros modelos de IA
 - b. La IA aplicada al análisis del discurso político
- Con las redes solas no alcanza, pero sin las redes no se puede: cómo evitar subestimar y sobreestimar la conversación digital en la comunicación política.
- El engagement no es todo: de la escucha social a la comunicación política
 - a. La vida por un like: importancia relativa de las métricas de redes en comunicación política
 - b. Centralidad del mensaje político
 - c. La importancia del storytelling

Unidad 3: Inteligencia Artificial en Comunicación Política: ¿Cómo la inteligencia artificial generativa incursionó sobre la comunicación política?

Docente: Fernando Pronello. **Se cursa:** Lunes 28/10, Miércoles 30/10 y Lunes 4/11 a las 19hs.

- ¿Qué es la Inteligencia Artificial? Definición y conceptos fundamentales. Historia breve de la IA y su evolución.
- Principales Tecnologías de IA: Modelos de Texto: GPT (Generative Pre-trained Transformer). Modelos de Imagen: DALL·E; MidJourney; StableDiffusion. Modelos de Audio: Whisper, Auphonic. Modelos de Video: Synthesia, Pictory. Consideraciones: Prompt Engineering. ¿Cómo escribir un buen prompt?
- Expectativas de Futuro: Avances en modelos multimodales. Posibilidades de IA en la política: análisis predictivo, microtargeting, simulaciones de discursos y debates.

Programa (cont.)

- Generación de Texto con IA: Uso de herramientas como ChatGPT y Copy.ai para la redacción de contenido rápido. Creación de copy para anuncios, posts y respuestas rápidas. Ejemplos prácticos de generación de contenido en campañas.
- Generación de Imágenes con IA. Introducción a herramientas como DALL-E y Canva con IA. Cómo generar imágenes y gráficos atractivos para posts en redes sociales. Ejemplos de uso en campañas de comunicación gubernamentales.
- Re-Entrenamiento de modelos. La importancia de contextualizar nuestros modelos de AI. ¿Cómo funcionan los “GPTs” de OpenAI?
- Monitoreo de Redes Sociales. Uso de herramientas como Brandwatch y Mention para seguir la imagen de marca. Análisis de menciones, hashtags y tendencias relacionadas con campañas gubernamentales. Ejemplos de monitoreo de imagen de marca en campañas exitosas.
- Análisis de la Opinión Pública: Herramientas como Google Trends y Brand24 para identificar tendencias y opiniones públicas. Seguimiento de conversaciones relevantes en tiempo real.
- Gestión de Crisis con IA: Detección temprana de posibles crisis de comunicación. Cómo la IA puede ayudar a responder rápidamente a situaciones adversas en redes sociales.

Unidad 4: Lo que no se dice pero se ve. Uso de la comunicación no verbal en entornos digitales.

Docente: Daniel Zazzini. **Se cursa:** Miércoles 6/11, Lunes 11/11 y Miércoles 13/11 a las 19hs.

- Comunicación no verbal en entornos digitales.
- Bases de interpretación y diseño del lenguaje corporal.
- Comprender los canales no verbales en el mundo digital: interpretar y utilizar gestos, expresiones faciales, tono de voz, postura corporal y otros elementos no verbales que se transmiten a través de la pantalla.

Programa (cont.)

- Desarrollar una presencia efectiva: cómo proyectar confianza, cercanía y profesionalismo en tus interacciones virtuales, ya sea en videoconferencias, presentaciones o redes sociales.
- Transmitir confianza y autoridad en el mundo virtual.
- Mejorar tu comunicación en diferentes plataformas: adaptar tu comunicación no verbal a distintos entornos digitales, como Zoom, Teams, redes sociales, etc.
- Gestionar las emociones en entornos virtuales: cómo reconocer y manejar tus propias emociones, así como las de los demás.
- El escenario en entrevistas online. El debate en el siglo XXI, de la TV a las redes.
- La imagen territorial en las redes sociales.
- Foto, video y texto online. Mensajes que no vemos
- Crear conexiones más profundas: construir relaciones sólidas y significativas con otros a través de la comunicación no verbal en línea.

Duración: 12 clases de 1 hora y media.
Modalidad: Online.

Vení a estudiar
Comunicación Política Digital
sin salir de tu casa.

Enter
DIGITAL SCHOOL

www.enterdigitalschool.com.ar

consultas@enterdigitalschool.com.ar