



Taller de Producción y Experimentación en Contenidos Digitales PCD-UNIA '16

Video-política 2.0. Construcción de discursos públicos para las redes sociales

Del 8/11/16 al 5/12/16- Semipresencial (sesión presencial en Campus Tecnológico de la UNIA de Málaga el 14/11/16)



Impartido por Luis Miguel Romero-Rodríguez y Ángel Torres

Imagen de https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Reporter_raising_hand_at_US_Army_press_conference.jpg

Aprende a crear discursos audiovisuales especializados para redes sociales

Difunde vía...

#videopolitica

#pcdunia

Este taller forma parte de la programación del Centro de Producción y Experimentación en Contenidos Digitales. Espacio-Red de Prácticas y Culturas Digitales UNIA (Convocatoria 2016).

Síguenos en...



[http://pcd.unia.es/
twitter](http://pcd.unia.es/twitter)



[http://pcd.unia.es/
facebook](http://pcd.unia.es/facebook)



[http://pcd.unia.es/
vimeo](http://pcd.unia.es/vimeo)

Presentación y planteamiento del taller

El Informe 2015 de la Sociedad de la Información en España (Fundación Telefónica) cifra en 78,7% a la población con acceso a Internet, siendo gran parte de estos usuarios intensivos que acceden diariamente a la red y con hábitos digitales de consumo de contenidos. El acceso a las redes sociales es por supuesto uno de los alicientes de este comportamiento de hiperconexión. Según algunos estudios, la publicación de posts en Facebook o Twitter con contenido audiovisual incrementa en casi 40% la penetración del mensaje y la interacción con la audiencia. El vídeo por Internet se está consolidando como un nuevo medio de comunicación masivo.

Y en este contexto, la vídeo-política 2.0 surge como adaptación del discurso público a las nuevas narrativas y los nuevos formatos, pero también un cambio de paradigma en la creación de ese discurso.

El presente taller se contextualiza en un escenario donde el poder del audiovisual se evidencia en nuestra cotidianidad y dará las claves necesarias para el desarrollo del discurso audiovisual especializado para las redes sociales, a la vez de facilitar a sus participantes aquellas habilidades de promoción de divulgación para dar un impulso a sus estrategias de comunicación, sean videoblogs, animaciones multimedia, spots publicitarios o mensajes institucionales o propagandísticos.

Destinatarios

- Estudiantes o graduados del grado de periodismo, comunicación, ciencias de la información, ciencias audiovisuales o afines, con conocimientos básicos en materia de redes sociales.
- Personal de gabinetes de comunicación, agencias de publicidad y relaciones públicas, agencias de Social Media o afines.
- Público en general con conocimiento medio o avanzado en materia de redes sociales.
- Asesores de comunicación política y consultores.

Objetivos

- Comprender la importancia de la monitorización de las matrices de opinión para el planteamiento del discurso público.
- Aprender las partes del proceso creativo del discurso (inventio).
- Ordenar y jerarquizar los mensajes que conforman el discurso audiovisual (dispositio).
- Generar piezas audiovisuales especializadas para redes sociales, comprendiendo la importancia de sus límites de tiempo, estructura del guion e hipertextos de apoyo.

Contenidos

Bloque 1. Creando un discurso visual 2.0: Aspectos generales. (Virtual). Bloque 2. El discurso hablado: Claves para la persuasión en clave de vídeo. (Presencial). Bloque 3. ¡Hazlo conocer! Difusión y auditoría de alcances (Virtual).

Profesorado

Luis M. Romero-Rodríguez. Doctor en Comunicación, Máster en Comunicación Social, Especialista en Derecho y Políticas Internacionales. Licenciado en Derecho y Licenciado en Comunicación Social. Actualmente se desempeña como Coordinador de Comunicación e Investigador de la Red Interuniversitaria Euroamericana sobre Competencias Mediáticas para la Ciudadanía «ALFAMED». Profesor Internacional de la Universidad Santiago de Cali.

Ángel Torres Toukoumidis. Doctorando en Comunicación. Máster en Comunicación con Fines Sociales por la Universidad de Valladolid y licenciado en Estudios Liberales, homologado en Ciencias Políticas por la Universidad Complutense. Actualmente, cumple su estancia internacional de doctorado en Gotemburgo, Suecia en calidad de estudiante de doctorado invitado por el grupo de investigación MUL (Nya Media, Undervising och Lärande).

Modalidad, estructura y fechas

Tiene una carga lectiva de 1 ECTS, equivalente a 30 horas de trabajo del participante. Se impartirá de forma semipresencial durante 4 semanas, **del 8 de noviembre al 5 de diciembre de 2016**, a través del Campus Virtual de la Universidad y otras herramientas en red para proporcionar recursos, resolver dudas o realizar actividades online. La sesión presencial tendrá lugar en las instalaciones del Campus Tecnológico de la UNIA el día 14 de noviembre de 2016, de 9 a 14.30 h y de 16 a 18.30 h.

Certificación

Se otorgará un certificado de aprovechamiento a los participantes que superen los requisitos mínimos de evaluación del taller.

Precios y matriculación

Precio: 90 euros. Plazo de matrícula: hasta el 28 de octubre de 2016.

Matriculación y pago a través de la web de la UNIA: www.unia.es.

Más información

<http://pcd.unia.es/>

malaga@unia.es (matriculación)/ info@pcd.unia.es (contenido y metodología)

tlf. +34 952 028 411



Talleres de Producción y Experimentación en Contenidos Digitales 2016



un
i Universidad
Internacional
de Andalucía

**Prácticas y
Culturas Digitales**

A

Talleres de Producción y Experimentación en Contenidos Digitales 2016