

DISEÑO Y COMUNICACIÓN

FOTO: https://www.cronista.com/files/image/522/522726/64/36e9442d04.jpg



Diplomatura en **Campañas Electorales** en Contextos de **Escasez**

CICLO 2026



Educación Continua
y Formación Ejecutiva

INTRODUCCIÓN

La Diplomatura en Campañas Electorales en Contextos de Escasez es una propuesta académica de la Universidad de Belgrano orientada a formar profesionales capaces de diseñar, planificar y ejecutar campañas electorales eficaces en escenarios de recursos económicos limitados.

En gran parte de América Latina —especialmente en elecciones locales, municipales, provinciales o legislativas— las campañas se desarrollan en contextos de fuerte competencia política y restricciones presupuestarias. En estos escenarios, la visibilidad no depende exclusivamente de la inversión publicitaria, sino de la capacidad estratégica, la creatividad aplicada y la correcta articulación entre mensaje, territorio y medios.

La implementación de esta diplomatura está plenamente justificada por los siguientes motivos:

- **Relevancia profesional:** equipos de campaña, consultores, candidatos, partidos políticos y agencias requieren herramientas específicas para competir con recursos limitados.
- **Demanda del mercado:** existe una creciente necesidad de formación práctica orientada a campañas reales, no a modelos ideales de alta inversión.
- **Actualización profesional:** la evolución de las campañas digitales, la segmentación de audiencias y la circulación orgánica de contenidos exigen nuevas metodologías.
- **Diferenciación competitiva:** los egresados contarán con herramientas para maximizar impacto, priorizar recursos y construir campañas más eficientes.
- **Interdisciplinariedad:** la diplomatura integra comunicación política, publicidad, creatividad, investigación, estrategia electoral y producción de contenidos.

DESTINATARIOS

La Diplomatura está dirigida a todos aquellos que trabajan o buscan trabajar en el campo de la comunicación electoral, independientemente del sector o del nivel de experiencia previo:

- Graduados o estudiantes avanzados de carreras de Comunicación, Publicidad, Marketing, Ciencia Política, Relaciones Públicas, Periodismo, Diseño, Producción Audiovisual y afines, de cualquier universidad.
- Funcionarios, asesores, consultores políticos, responsables de prensa, community managers, creativos publicitarios, estrategias digitales, integrantes de equipos de campaña, candidatos y dirigentes políticos que busquen profesionalizar sus herramientas de comunicación electoral.
- Otros interesados con formación terciaria no universitaria o idóneos con experiencia en áreas vinculadas a la comunicación, la política, la publicidad o la gestión de campañas.

OBJETIVOS

El propósito de la Diplomatura es proporcionar a los participantes conocimientos teóricos y, fundamentalmente, herramientas prácticas para comprender, diseñar, planificar y ejecutar campañas electorales eficaces en escenarios de recursos económicos limitados.

La Diplomatura busca capacitar en el análisis del contexto político y electoral, la interpretación de la opinión pública, la investigación aplicada, la definición de estrategias, la construcción de posicionamiento y la traducción de dichas estrategias en acciones concretas, mensajes eficaces, acciones territoriales y piezas de campaña adaptadas a múltiples soportes y plataformas.

Al finalizar el programa, los participantes serán capaces de:

- Diagnosticar escenarios políticos y electorales.
- Interpretar datos cuantitativos y cualitativos para la toma de decisiones.
- Definir objetivos y prioridades estratégicas en contextos de escasez.
- Construir narrativas, mensajes y conceptos creativos de campaña.
- Diseñar acciones de comunicación territorial, publicitaria y digital.
- Desarrollar piezas y contenidos para distintos medios y formatos.
- Producir campañas integrales con creatividad, eficiencia y criterio estratégico.

La Diplomatura prioriza el aprendizaje aplicado, mediante talleres, análisis de casos reales, ejercicios prácticos y el desarrollo de un proyecto final integrador orientado a trasladar los contenidos académicos a situaciones concretas de campaña.

MÓDULOS PROPUESTOS

La Diplomatura se organiza en siete módulos temáticos con un total de 16 clases sincrónicas, más actividades asincrónicas de apoyo al proyecto integrador:

- Módulos 1, 2, 3, 6 y 7: 2 clases por módulo (6 horas - 2 semanas cada uno),
- Módulos 4 y 5: 3 clases por módulo (9 horas - 3 semanas cada uno)

#	Fecha	Sem.	Módulo	Clase y contenidos
Módulo 1 — Contexto político y campañas hoy				
1	Jue 20 ago	S1	M1	Transformaciones de la política contemporánea Ecosistema mediático · Nuevas audiencias · Lógica de circulación

#	Fecha	Sem.	Módulo	Clase y contenidos
2	Jue 27 ago	S2	M1	Campañas reales vs ideales Análisis de casos · Diagnóstico de campaña + 2 hs async: Lectura de casos y análisis comparativo
Módulo 2 — Opinión pública e investigación				
3	Jue 03 sep	S3	M2	Clima social y opinión pública Encuestas · Focus groups · Lectura del contexto
4	Jue 10 sep	S4	M2	Social listening e insights para campaña Herramientas digitales · Escucha activa · Construcción de insights + 2 hs async: Ejercicio de social listening y elaboración de brief
Módulo 3 — Estrategia y posicionamiento				
5	Jue 17 sep	S5	M3	Objetivos y segmentación electoral Diagnóstico estratégico · Territorios de campaña
6	Jue 24 sep	S6	M3	La importancia del territorio · Organización territorial + 2 hs async: Ejercicio de organización concreto con caso real asignado
Módulo 4 — Creatividad y narrativa publicitaria				
7	Jue 01 oct	S7	M4	Storytelling político y concepto creativo Narrativa · Arquetipo del candidato · Construcción de relato
8	Jue 08 oct	S8	M4	Slogan, bajada visual y discursiva Concepto → bajada · Coherencia entre imagen y discurso
9	Jue 15 oct	S9	M4	Narrativas transmedia en campaña Coherencia multiplataforma · Ecosistema de piezas · Casos + 4 hs async: Workshop de concepto creativo para el proyecto final
Módulo 5 — Publicidad audiovisual y diseño				
10	Jue 22 oct	S10	M5	El spot político: guión y producción Guión · Lenguaje audiovisual · Análisis de spots reales
11	Jue 29 oct	S11	M5	Radio y gráfica política Cuña radial · Gráfica · Vía pública · Diseño de piezas impresas
12	Jue 05 nov	S12	M5	Producción en contexto de escasez Bajo presupuesto · Recursos alternativos · Creatividad

#	Fecha	Sem.	Módulo	Clase y contenidos
				con restricción + 4 hs async: Producción de pieza audiovisual o gráfica del proyecto
Módulo 6 — Campaña digital, redes y medios				
13	Jue 12 nov	S13	M6	Contenido, formatos y pauta digital Plataformas · Pauta política · Formatos nativos · KPIs Viralidad, influencers y amplificación · Orgánico vs. pago · Microinfluencers en escasez
14	Jue 19 nov	S14	M6	Media training y manejo de medios Entrenamiento para entrevistas · Mensajes clave · Manejo de preguntas difíciles Comunicación no verbal · Simulación de entrevistas · Situaciones de presión
Módulo 7 — Taller integrador y presentación final				
15	Jue 26 nov	S15	M7	Taller: construcción de campaña integrada Presentación de avance · Feedback colectivo · Ajuste final
16	Jue 03 dic	S16	M7	Presentación final · Cierre de la diplomatura Defensa del proyecto · Devolución integral · Cierre institucional

PROGRAMA

MÓDULO 1: CONTEXTO POLÍTICO Y CAMPAÑAS HOY

(2 clases virtuales sincrónicas, 2 semanas, 6 horas + 2 horas asincrónicas)

Este módulo introduce a los participantes en la comprensión del escenario político-electoral contemporáneo y de las condiciones en las que hoy se desarrollan las campañas. Se abordan las principales transformaciones de la política en las últimas décadas, los cambios en la relación entre ciudadanía y dirigencia, el debilitamiento de las identidades partidarias tradicionales, la volatilidad electoral y el crecimiento del voto independiente o fluctuante.

Asimismo, se trabaja sobre las nuevas características del electorado: sus niveles de información, expectativas, demandas y formas de vinculación con la política. Se analizan los contextos de alta competencia, polarización, fragmentación o apatía electoral, y cómo estos escenarios condicionan la planificación de una campaña.

En la segunda parte del módulo se estudian las diferencias entre campañas ideales y campañas reales. A partir del análisis de casos concretos, se desarrollan herramientas para realizar un diagnóstico inicial de campaña y comprender el punto de partida político, territorial y electoral. Las horas asincrónicas están destinadas a la lectura y análisis comparativo de casos reales.

MÓDULO 2: OPINIÓN PÚBLICA E INVESTIGACIÓN

(2 clases virtuales sincrónicas, 2 semanas, 6 horas + 2 horas asincrónicas)

Este módulo aborda las herramientas fundamentales para comprender el clima social e interpretar la opinión pública. Se presentan herramientas de investigación aplicada —encuestas cuantitativas, focus groups, entrevistas en profundidad y estudios de clima social— y se incorporan técnicas de social listening y monitoreo digital para identificar insights estratégicos y transformarlos en briefs de campaña accionables. Las horas asincrónicas están destinadas a un ejercicio práctico de social listening y a la elaboración de un brief.

MÓDULO 3: ESTRATEGIA Y POSICIONAMIENTO

(2 clases virtuales sincrónicas, 2 semanas, 6 horas + 2 horas asincrónicas)

Este módulo se orienta a la construcción de la estrategia electoral: definición de objetivos, segmentación de públicos clave —votantes propios, indecisos y segmentos persuadibles— y asignación eficiente de recursos en contextos de escasez. Se trabaja además sobre el abordaje concreto del territorio como plano operativo para registrar segmentación y ejecutar acciones dirigidas. Las horas asincrónicas incluyen un ejercicio con caso real asignado.

MÓDULO 4: CREATIVIDAD Y NARRATIVA PUBLICITARIA

(3 clases virtuales sincrónicas, 3 semanas, 9 horas + 4 horas asincrónicas)

Este módulo aborda la construcción creativa de la campaña: storytelling político, concepto creativo, slogan y bajada visual y discursiva. Se trabaja la coherencia narrativa entre imagen y discurso, y el desarrollo de narrativas transmedia que articulan mensajes en múltiples plataformas y soportes. Las horas asincrónicas incluyen un workshop práctico de concepto creativo para el proyecto final.

MÓDULO 5: PUBLICIDAD AUDIOVISUAL Y DISEÑO

(3 clases virtuales sincrónicas, 3 semanas, 9 horas + 4 horas asincrónicas)

Este módulo se orienta a la producción de piezas publicitarias concretas: spot político, cuña radial, gráfica y vía pública. Hace especial énfasis en estrategias de producción con bajo

presupuesto y uso de recursos alternativos. Se analizan casos de campañas eficaces con recursos limitados y se brindan herramientas para maximizar impacto con mínima inversión. Las horas asincrónicas están destinadas a la producción de una pieza audiovisual o gráfica para el proyecto.

MÓDULO 6: CAMPAÑA DIGITAL, REDES Y MEDIOS

(2 clases virtuales sincrónicas, 2 semanas, 6 horas + 2 horas asincrónicas)

Este módulo aborda la planificación y ejecución de campañas digitales: formatos nativos, pauta política, KPIs, viralidad, microinfluencers y amplificación orgánica. Incorpora además herramientas de media training, preparación para entrevistas, construcción de calendarios de contenidos y optimización de campañas en tiempo real. Las horas asincrónicas incluyen un ejercicio de planificación de pauta digital y simulación de mensajes para medios.

MÓDULO 7: TALLER INTEGRADOR Y PRESENTACIÓN FINAL

(2 clases virtuales sincrónicas, 2 semanas, 6 horas)

Módulo final de integración. Los participantes presentan avances de sus proyectos, reciben feedback colectivo y realizan ajustes. En la última clase defienden su proyecto final ante docentes y compañeros, simulando una instancia profesional real. Se evalúa la coherencia estratégica, la creatividad aplicada, la viabilidad de ejecución y la capacidad de adaptación a contextos de recursos limitados. La diplomatura concluye con una devolución integral del cuerpo docente y un cierre institucional.

COORDINADORA ACADÉMICA

LIC. FERNANDA VEGGETTI

EQUIPO DOCENTE

La formación está a cargo de un equipo de profesionales con amplia trayectoria en consultoría política, comunicación electoral, estrategia publicitaria y campaña digital.

CARLOS FARA

Consultor político con más de 30 años de experiencia en campañas electorales en Argentina y América Latina. Especialista en estrategia electoral, opinión pública e investigación aplicada. Ha asesorado candidatos a nivel municipal, provincial y nacional.

MAXIMILIANO AGUIAR

Especialista en comunicación política y estrategia digital. Experiencia en diseño e implementación de campañas digitales para candidatos y partidos políticos. Consultor en manejo de redes sociales y pauta digital en contextos electorales.

LEANDRO GRAGLIA

Experto en marketing político y campañas electorales. Ha trabajado en estrategias de posicionamiento y comunicación para diferentes espacios políticos. Especialista en análisis de datos electorales y segmentación de audiencias.

SANTIAGO COMADIRA

Especialista en creatividad y narrativa publicitaria aplicada a la política. Ha desarrollado conceptos creativos, slogans y piezas de campaña para candidatos y organizaciones políticas en Argentina y la región.

MARIA ANZANO

Especialista en comunicación digital y gestión de comunidades en redes sociales. Experiencia en planificación de contenidos, community management y amplificación orgánica para campañas políticas y organizaciones.

CLARA FORMICA

Especialista en publicidad audiovisual y producción de campaña. Ha dirigido y producido spots políticos, piezas audiovisuales y materiales gráficos para campañas electorales en distintos niveles.

Los módulos podrán ser dictados por uno o varios de los docentes mencionados, sin un orden específico. La Universidad se reserva el derecho de modificar el cuerpo docente según lo considere necesario.

CONSIDERACIONES GENERALES

INICIO

20 de agosto de 2026.

FINALIZACIÓN

3 de diciembre de 2026.

DURACIÓN

La Diplomatura tiene una duración de 64 horas, que se componen de 48 horas de clases virtuales sincrónicas más 16 horas de tutorías y consultas asincrónicas:

- **48** horas de clases, a desarrollar durante 16 encuentros de 3 horas cada uno, organizadas en 7 módulos temáticos. La modalidad de la cursada es online y sincrónica. Las clases son por plataforma Zoom.
- **16** horas de tutorías e intercambios asincrónicos, dedicadas a consultas de estudiantes para el desarrollo y corrección de su trabajo integrador, manejo de metodologías y bibliografía específica para el trabajo individual a desarrollar.

MODALIDAD

La modalidad de la cursada es ONLINE y sincrónica (clases en vivo y en directo por plataforma ZOOM)

El calendario puede variar de existir algún feriado.

DÍAS Y HORARIOS DE CURSADA

Jueves de 18 a 21 h. (Argentina / Chile / Uruguay)

Según huso horario:

- 15 a 18 h. (México)
- 17 a 20 h. (Bolivia / Venezuela)
- 23 a 02 h. (España)

CRONOGRAMA DE CLASES

Duración total: 4 meses, 16 semanas corridas, más tutorías.

Inicio: jueves 20 de agosto de 2026. Finalización: jueves 3 de diciembre de 2026.

- Módulo 1 (Contexto político): 2 clases, jueves 20 y 27 de agosto de 2026.
- Módulo 2 (Opinión pública): 2 clases, jueves 3 y 10 de septiembre de 2026.
- Módulo 3 (Estrategia): 2 clases, jueves 17 y 24 de septiembre de 2026.
- Módulo 4 (Creatividad): 3 clases, jueves 1, 8 y 15 de octubre de 2026.
- Módulo 5 (Audiovisual): 3 clases, jueves 22 y 29 de octubre, y 5 de noviembre de 2026.
- Módulo 6 (Digital): 2 clases, jueves 12 y 19 de noviembre de 2026.
- Módulo 7 (Integrador): 2 clases, jueves 26 de noviembre y 3 de diciembre de 2026.

APROBACIÓN

Los requisitos para la aprobación son los siguientes:

- Asistencia mínima: 75 % de las clases.
- Aprobación de los trabajos prácticos y cuestionarios durante la cursada.
- Aprobación del trabajo integrador final.

METODOLOGÍA

Los procesos de enseñanza y aprendizaje se sustentan en una metodología basada en competencias, que pone énfasis en la articulación de la teoría con la práctica, posibilitando a los cursantes abordar problemas concretos y desarrollar las capacidades y destrezas necesarias para la toma de decisiones en contextos electorales reales.

Los docentes desarrollan la carga horaria y las actividades de la siguiente manera:

- Las horas de clases sincrónicas se desarrollan mediante sesiones virtuales expositivas y participativas, en las que se trabajan los contenidos conceptuales y metodológicos y se proveen materiales de consulta: archivos, lecturas, videos, campañas de referencia y publicaciones digitales.
- La segunda parte de cada clase está dedicada a la aplicación práctica: ejercitación, análisis de campañas reales, discusión de casos, elaboración de estrategias, construcción de piezas publicitarias y desarrollo del proyecto final integrador.
- Los docentes pueden proponer actividades grupales en línea para reforzar la asimilación del conocimiento: análisis de casos, ejercicios aplicados, investigaciones, presentaciones y talleres creativos.

- Asimismo, se proponen pruebas o actividades parciales para valorar el grado de incorporación de contenidos en cada módulo.

MATERIAL DIDÁCTICO

Los materiales de estudio son provistos por los docentes en formato digital a través de la plataforma del programa e incluyen:

- Bibliografía académica y profesional accesible online o compartida en formato digital.
- Casos reales de campañas electorales nacionales e internacionales.
- Videos y material audiovisual de referencia.
- Plantillas, guías y modelos para el desarrollo de estrategias y piezas de campaña.
- Cuestionarios y materiales de trabajo provistos a los estudiantes en cada módulo.

DOCUMENTACIÓN

Presentar la solicitud de inscripción, título de grado (en caso de poseerlo) y fotocopia del documento de identidad.

CERTIFICACIÓN

La Universidad de Belgrano extenderá el respectivo certificado de aprobación, a quienes cumplan con las evaluaciones y/o trabajos finales. Caso contrario solo se emitirá un certificado de asistencia

NOTA: Los certificados correspondientes serán emitidos en formato digital, previa verificación de la asistencia, aprobación y pago total de la capacitación.

Todos nuestros programas requieren un cupo mínimo de alumnos matriculados para su apertura. La Universidad se reserva el derecho de posponer o cancelar el inicio de la actividad si no se alcanza el número mínimo de inscripciones al cierre del período de matriculación.