

TALLER EN PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN COMUNITARIA, SOCIAL... POLÍTICA



CIF Centro de
Investigación y
formación





INSCRIPCIÓN

ESTE TALLER...

MODALIDAD PRESENCIAL EN BOGOTÁ Y ONLINE
(CLASES EN DIRECTO).

DURACIÓN 28 HORAS (4, 6, 9, 11, 13, 16 Y 20 DE
MAYO DEL 2026).

METODOLOGÍA SEMINARIO TEÓRICO, TALLER PRÁCTICO
CON CASOS REALES Y CREACIÓN DE
PIEZAS COMUNICATIVAS.

PRECIO 800 MIL PESOS COLOMBIANOS.

AMPARO ACADÉMICO UNIVERSIDAD DE LA TIERRA Y LA
MEMORIA ORLANDO FALS BORDA.
CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y
FORMACIÓN - CIF.
FUNDACIÓN SOCIOCULTURAL QUIRA.

¿POR QUÉ?

Por una estrategia comunicativa de alto impacto psicológico.

Las actuales organizaciones sociales tienen una necesidad clara en todo el mundo: investigar, trazar y ejecutar estrategias comunicativas de alto impacto. Esta demanda del mundo social y cultural, de las estructuras militantes y las redes comunitarias debe responderse con la profundidad requerida por las luchas contemporáneas y desde un campo del conocimiento en continua transformación: la psicología de la comunicación.

Porque la comunicación social, cultural y comunitaria no es otra cosa que *comunicación política*, que a su vez se estructura en *psicología de la comunicación*.

Hablamos de estudiar y utilizar las metodologías y herramientas más avanzadas en psicología de la comunicación política (aquellas que se utilizan para ganar elecciones, crear corrientes de opinión e influenciar en la marcha del aparato social) para fortalecer los procesos comunitarios y socioculturales.



¿Cuál es el mensaje político de alto impacto psicológico?

El que logra fluctuaciones anímicas y cambios en la percepción. ¿Dónde deja esto al clásico problema de la libertad y el deseo (emancipación, reconocimiento y legitimación)? En la construcción de soberanías sobre los procesos subjetivos, uno de los grandes retos de las actuales ciencias sociales.

Esto es psicología de la comunicación, impacto psico-político, Teoría Crítica, Psicoanálisis, herramientas comunicativas digitales y liderazgo sobre la arquitectura del relato, en torno a la subjetividad presente en la conducta política y sus simbolizaciones.

Esta acción formativa es un encuentro entre enfoques de la psicología, comunicación social y comunitaria más competencias digitales.

El taller parte de una visión integral y multidisciplinar, con metodología teórico-práctica, capacitando en la lógica psico-política, comunicativa y dirigente de las organizaciones.

Ψ

PSICOLOGÍA
POLÍTICA Y
COMUNICACIÓN
DIGITAL

- ☒ CONDUCTA POLÍTICA, UNA PERSPECTIVA CRÍTICA
- ☒ FILOSOFÍA POLÍTICA
- ☒ PSICOANÁLISIS, PENSAR DESDE LACAN
- ☒ TEORÍA CRÍTICA PARA EL S XXI
- ☒ LIDERAR LA ARQUITECTURA DEL RELATO
- ☒ PSICOLOGÍA POLÍTICA EN LA ERA DIGITAL

La presente acción formativa puede resultar enormemente útil en la dialéctica desarrollada al interior de las organizaciones (**políticas, sociales, culturales y comunitarias**), donde se respiran los anhelos, las luchas y los grandes dramas comunes... esos lugares que gestan los mejores avances socioculturales y sociopolíticos.

PSICO-MODELOS

Psico-modelos para profundizar en la estructura y topologías del aparato psíquico y su relación con las conductas políticas.

ENTRE FREUD Y LACAN

Nuestro campo de estudio utiliza conceptualizaciones y herramientas construidas desde el Psicoanálisis, para investigar el mensaje (**y todo mensaje tiene una dimensión política**) y su influencia en la conducta (un impacto psicológico basado en la navegación sobre el **campo semántico del otro**).

PROCESOS INCONSCIENTES

Una incursión en la dialéctica de la imagen, el reconocimiento, la legitimación y la soberanía interpretativa. Un anclaje en el Psicoanálisis y el pensamiento crítico para explorar una hermenéutica sobre la auto-constitución del sujeto y las colectividades.



La praxis comunicativa actual se desarrolla en un escenario de saturación simbólica y emocional, donde los universos digitales median los mensajes, a la vez que configuran el deseo, el miedo y la identidad colectiva.

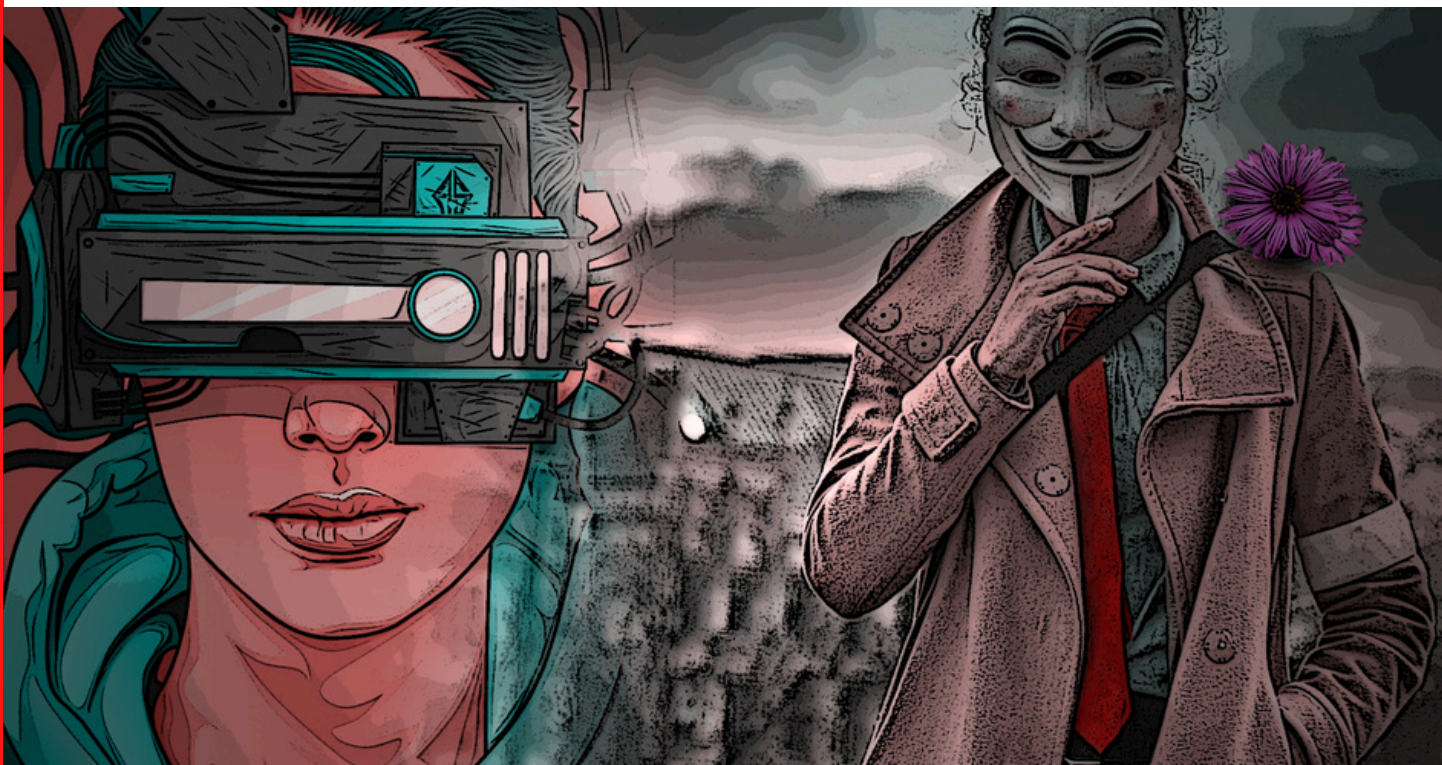
En tal escenario, comprender la estructura psíquica durante la comunicación se vuelve esencial para quienes buscan construir discursos transformadores desde los movimientos sociales, sindicales, feministas y comunitarios.

ESTE TALLER ARTICULA:

- Investigación psico-política, pensamiento lógico matemático y análisis de datos para interpretar las matrices afectivas que orientan la opinión y la acción colectiva.
- Teorizaciones del psicoanálisis para desentrañar los contenidos inconscientes que intervienen en la relación entre líder, discurso y público.
- Prácticas de arquitectura narrativa y comunicación política orientadas a diseñar mensajes con alto impacto emocional, simbólico y estratégico.

Desde una perspectiva crítica, el programa se propone emancipar la comunicación de las lógicas algorítmicas del mercado y del miedo, reconstruyendo el vínculo entre palabra, deseo y acción colectiva.

¿Usted elige, vota y opina... por razones o por emociones?



DIRIGIDO A:

- Movimientos sociales, fundaciones, ONG, sindicatos, asociaciones y colectivos comunitarios.
- Comunicadores políticos, asesores, periodistas y responsables de prensa institucional.
- Psicólogos, politólogos, sociólogos y profesionales interesados en la intersección entre psique y poder.
- Activistas y líderes que deseen fortalecer su capacidad discursiva y simbólica.

OBJETIVOS:

Formar a comunicadores, dirigentes, activistas y analistas en las bases teóricas y prácticas de la psicología de la comunicación política, social y comunitaria, integrando análisis de datos, pensamiento psicoanalítico y diseño narrativo estratégico.

Específicos

- Analizar los procesos inconscientes implicados en la recepción y producción de mensajes de impacto.
- Comprender los perfiles ideológico-afectivos de las audiencias y sus patrones de reacción emocional.
- Aprender a estructurar discursos y relatos con alto impacto psicológico, desde un enfoque ético y emancipador.
- Explorar el papel del entorno digital y algorítmico en la formación de creencias, afectos y vínculos políticos.
- Desarrollar prácticas de análisis y producción comunicativa a partir de casos reales de la vida política y social.



ASPECTOS METODOLÓGICOS:

- Las clases están agrupadas en módulos y serán impartidas de forma presencial en la sede de Unitierra en Bogotá, con transmisión en directo para aquellos estudiantes que no puedan asistir al aula.
- La grabación de las clases estará disponible para consultas posteriores.
- Los contenidos del taller (material en PDF, documentos, vídeos de apoyo y las grabaciones de las clases) estarán dispuestos en una URL especialmente preparada para este taller.
- Todos los aspectos teóricos, análisis de casos y elementos prácticos abordados en esta acción formativa podrán consultarse y profundizarse a través de dos libros con formato PDF (editados por Kercentral Magazine - España). Dichos libros digitales estarán disponibles para su descarga en la URL del taller.
- Esta acción formativa se apoya en un contenido eminentemente práctico, se aplicarán tecnologías teóricas y metodologías avanzadas en psicología de la comunicación durante el desarrollo de proyectos por parte de los estudiantes.
- Habrá acompañamiento docente permanente (en colaboración con Quira Medios) para el diseño de guiones y la producción de piezas comunicacionales basadas en lo estudiado durante el taller.
- La duración es de 28 horas: El lunes 4 y miércoles 6 de mayo de 6 a 10 p.m. El sábado 9 de mayo de 8 a 12 m. El lunes 11 y miércoles 13 de mayo de 6 a 10 p.m. El sábado 16 de mayo de 8 a 10 m. Y el miércoles 20 de mayo de 6 a 10 p.m.

CONTENIDOS:

Módulo 1

Introducción. Psicología de la comunicación política, social y comunitaria

- La comunicación como campo de batalla simbólica.
- Subjetividad, poder y lenguaje.
- El inconsciente político y los mitos colectivos.
- La función del discurso en la constitución del lazo social.
- **Práctica taller: Escenario de entrada:** casos de éxito (visualización de piezas comunicativas de impacto).

Módulo 2

Perfiles ideológico-afectivos

- Modelos de análisis de datos y segmentación cultural.
- Tipologías ideológicas y afectivas (territorialista, radical, cuidador, reformista, espiritual, etc.).
- Estructuras emocionales y mecanismos de defensa en la comunicación política.
- **Práctica taller:** Identificación de perfiles afectivos en casos reales (encuestas, redes y narrativas).



CONTENIDOS:

Módulo 3

Lenguaje, transferencia y liderazgo

- El aparato psíquico. Aplicación al mensaje de alto impacto.
- Carga simbólica y dialéctica de la imagen y el deseo.
- El lazo transferencial en política: identificación, amor y odio al líder.
- El discurso como espacio del deseo.
- Liderazgo femenino, voz política y simbolización del poder.
- **Práctica taller:** Proyección 1 del trabajo final.

Módulo 4 - Diseño de práctica final

El discurso político: la construcción de un liderazgo sobre la arquitectura del relato.

- Arquitectura del relato y guion emocional. Aplicación de elementos extraídos del pensamiento lógico matemático.
- Estrategias de resonancia simbólica. Dialéctica del reconocimiento y legitimación.
- Elementos de retórica, ritmo, tono y visualidad.
- Taller: trabajo en equipos interdisciplinarios sobre un caso real: piezas comunicativas (guiones y aspectos ligados a la producción).
- Elementos de diagnóstico psico-político, segmentación y estrategia comunicacional.



CONTENIDOS:

Módulo 5

El entorno digital y la política del algoritmo

- El algoritmo como nuevo inconsciente social.
- Narcisismo, goce y vigilancia afectiva.
- Viralidad y pulsión de repetición.
- **Práctica taller:** análisis psicopolítico de campañas y tendencias digitales. **Escenario de salida:** Donde volveremos a visualizar las piezas comunicativas del Módulo 1, pero a la luz de los conocimientos estudiados en el taller.

Cierre

Laboratorio de aplicación – gran jornada final de muestras y entrega de certificados

- Gran muestra de piezas comunicativas.
- Consideraciones finales.
- Entrega de certificados.



EVALUACIÓN:

- Participación activa en los talleres (30%)
- Análisis psico-político de casos reales (30%)
- Proyecto final de comunicación donde resulten aplicados los presupuestos y metodologías estudiadas en el taller (40%)

RESULTADOS ESPERADOS:

- Capacidad de interpretar los fenómenos comunicacionales como procesos de transferencia y deseo.
- Competencia para diseñar discursos ajustados a la estructura afectiva del público.
- Producción de materiales comunicativos con base en análisis de datos y teoría psicoanalítica.
- Comprensión crítica del impacto del entorno digital sobre la subjetividad política.
- Trazado de guiones y realización de piezas de comunicación real hechas por equipos de estudiantes.



DOCENTES:

VLADIMIR CARRILLO ROZO

Sociólogo, Máster en Psicología Clínica y psicoanalista. Docente y director de contenidos en el programa de Psicología de la comunicación política y Sociedades de libre pensamiento: su contribución al imaginario de occidente de la Fundación UNED (Universidad Nacional de Educación a Distancia). Docente y director de contenidos en el programa de Experto en psicología política y comunicación digital de la Asociación Europea de Profesionales y Empresas de la Innovación. Responsable de comunicación en el Máster en Big Data y Data Science de la UNED. Colaborador habitual en la revista de cultura Entreletras. Consultor en proyectos sociales enfocados a comunicación para varias organizaciones. Es autor de *En busca de la ballena y el dragón* (2025) *La rebelión del algoritmo. Salud mental en el imperio de lo digital* (2025), *Emancipación es nombre de mujer* (2024), *De la fiesta y la resistencia, no hay cielo en los bares de Madrid* (2023), *Tenemos una segunda oportunidad bajo los cielos de la Tierra* (2022), *Influencia del pensamiento decimonónico en la francmasonería* (2019) *Karl Marx en el cine: Extracto de una huella filosófica* (2017), *En el tiempo de la bala y la salamandra* (2015), *Vida, trabajo y emociones en la realidad contemporánea* (2014) y *Colombia: Terrorismo de Estado* (2006).

EDGAR RODRÍGUEZ CRUZ

Mgr en Relaciones Internacionales Económicas y Políticas de la Universidad de Economía de Cracovia (Polonia). Investigador en temas de Comunicación para la Vida, Bioculturalidad, Interculturalidad, Estudios Culturales, Innovación Social, Cohesión Social y Economía Urbana. Integrante de Terra Nova (Grupo de Investigación en Cultura, Comunicación y Desarrollo). Redactor de Quira Medios, Portal Cultural de Bogotá ganador del premio “Guillermo Cano” a la comunicación comunitaria del Ministerio de las Culturas en 2025, integrante de la Universidad de la Tierra y la Memoria “Orlando Fals Borda”, la red de comunicación alternativa “Panal Medios” y del laboratorio de innovación social “En Movimiento”.

DOCENTES:

LUIS GABRIEL PRADO

Comunicador, productor radial, audiovisual, diseñador, formador en medios, desarrollador y actualizador en TICs. Vientos Estéreo: Director de producción, programador, editor sonoro, control master, locución y producción de redes sociales. Astronomy studio: Productor de multimedia, transmisiones en vivo multiplataformas sociales y diseño. Canal Vía 3 tv: Elaboración de conceptos y contenidos para para el canal, campañas, diseños y ediciones de producciones audiovisuales. Quira Medios (Portal Cultural de Bogotá ganador del premio “Guillermo Cano” a la comunicación comunitaria del Ministerio de las Culturas en 2025): Creador de contenidos para redes sociales, transmisiones multiplataforma, creación de podcast y diseñador.





**TALLER EN PSICOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN
COMUNITARIA, SOCIAL... POLÍTICA**

INSCRIPCIÓN