

**PROGRAMA DIPLOMATURA EN
COMUNICACIÓN POLÍTICA
SECRETARÍA DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES- UBA
2025**

Directores académicos: Víctor Taricco y Abelardo Vitale

Equipo Docente: Perez Almansi, Fernando; Gómez Tribben, Mariana; Rolfi, Beatriz; Zaldueño, Lucas; Onofrio, María Paula; Cybel, Yair; Barreto, Facundo.

Modalidad: Presencial o virtual.

Clases teóricas: viernes de 17 a 19 h.

Clases prácticas presenciales: viernes de 19 a 21 h.

Clases prácticas virtuales: sábado de 11 a 13 h.

Comienzo: 4 de abril 2025.

Finalización: 15 de agosto 2025.

JUSTIFICACIÓN

Contrariamente a lo que comúnmente se cree, comunicación y política son consustanciales, ya que sin lenguaje no existe la posibilidad de producir ideas, de poner en común intereses, de convocar a la acción colectiva. La construcción política requiere desde siempre de la construcción de símbolos, dado que, como señala Sergio Caletti (2006), “entre los sujetos del decir y los sujetos del escuchar, se juega el mundo”.

Desde este punto de partida es de donde mejor podemos comprender aquella perspectiva teórica que entiende que la Comunicación Política está atravesada por distintas disciplinas como las Ciencias de la Comunicación, la Ciencia Política, la Sociología, la Historia, la Antropología o la Economía. Todas estas disciplinas, lejos de debilitarla, la estructuran y la fortalecen como una transdisciplina de alcances teóricos y prácticos concretos para la práctica política.

En sintonía con ello, creemos que la Comunicación Política debe ser entendida en el seno de las interacciones discursivas que atraviesan y constituyen nuestras percepciones sobre la realidad. El discurso político no es un discurso representativo, no se lo puede describir como un conjunto de enunciados que dan cuenta de una realidad, sino más bien como una serie

de interacciones que buscan transformar a las personas y sus vínculos entre sí. Los intercambios comunicacionales, entendidos como una compleja trama de significados entre los sujetos del habla, reproducen y transforman las relaciones sociales, producen significados y disputan sentido; son parte, como señala Washington Uranga (2001), de la lucha simbólica por la construcción de hegemonía.

Por estos motivos es que entendemos que la Comunicación Política, como campo profesional, está llamada a protagonizar los actuales desafíos políticos que atraviesan las democracias latinoamericanas, signadas por un escenario donde la ultraderecha ya no representa una amenaza, sino que antes bien una urgente realidad. La omnipresencia de las redes sociales y la mediatización general de la experiencia social no hacen más que complejizar el difícil momento político que atravesamos.

La comunicación política, entendida como una condición de posibilidad en la relación que establecen las personas a través de la palabra y de la acción, es la que permite el advenimiento de lo común como horizonte de aspiraciones, la construcción de un futuro que aún no existe, un futuro que puede ser imaginado y construido de manera democrática e igualitaria, manteniendo vivos los acuerdos, así como posibilitando la tramitación política de los desacuerdos. También puede ser motor de todo lo contrario a esto.

Frente a la situación esbozada y los desafíos planteados, la diplomatura de Comunicación Política se propone brindar los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para pensar, planificar y ejecutar estrategias de Comunicación Política desde la sociedad civil, así como también desde distintas áreas de gobierno o partidos políticos.

Estamos convencidos de que las y los profesionales de la Comunicación Política están llamados a dotarse de una base conceptual sólida respecto de las ciencias de la comunicación, la teoría política, la democracia, el espacio público y la producción social de significaciones; así como también a profundizar sus conocimientos sobre las metodologías de la investigación social, la planificación estratégica de la comunicación y los saberes que orientan la producción de productos comunicables.

En este sentido, la propuesta pedagógica pretende, desde una mirada crítica y un enfoque transdisciplinario, la elaboración de proyectos con incidencia en los escenarios actuales; con base en el trabajo grupal, el debate y el intercambio entre pares. Asimismo, busca ser un espacio de reflexión y construcción de conocimiento y de saberes en el campo de las ciencias sociales en general, y de la comunicación política en particular.

ESTRUCTURA

La carga horaria de la Diplomatura es de 128 horas distribuidas en 4 módulos más un módulo transversal de acompañamiento a la realización del Trabajo Integrador Final (TIF). La duración total de la cursada será de 5 meses entre abril y agosto de 2025, siendo el TIF el mecanismo de evaluación y aprobación.

CONTENIDOS

Módulo I. Teorías de la política y la comunicación. Teoría política contemporánea y ciencias de la comunicación. El Estado, el espacio público y la democracia. El sistema político argentino y el sistema electoral. El avance de las nuevas derechas en el continente. Carga horaria: 16 (horas).

Módulo II. La investigación social. Principales conceptos sobre la investigación social y los estudios de la opinión pública. Las metodologías de la investigación en la opinión pública: las encuestas, los focus group y la ciencia de datos. Carga horaria: 16 (horas).

Módulo III. Estrategias y planificación de la comunicación política. Principales nociones de la comunicación política. Las estrategias de comunicación política y la planificación de las campañas electorales, la gestión de gobierno y la comunicación institucional. Carga horaria: 16 (horas).

Módulo IV. La producción en comunicación política. La marca política, el mensaje y el metamensaje. Los equipos de trabajo, el audiovisual y las redes sociales. Los medios de comunicación y las redes sociales. Los medios, los periodistas y la política. Las redes sociales y la política 2.0. La publicidad en redes, la segmentación y microsegmentación. La ética profesional y el derecho a la comunicación como desafíos de la comunicación política. Carga horaria: 16 (horas).

Módulo TIF. Para la aprobación del trabajo es necesario realizar de manera autónoma un Trabajo Integrador Final - TIF en el que las y los estudiantes, en grupos de hasta 5 personas, sean capaces de presentar un plan de comunicación política para llevar adelante una campaña electoral o una política pública. Carga horaria: 64 (horas).

Carga horaria: 128 h.

REQUISITOS DE PERMANENCIA Y APROBACIÓN

Aprobación de Trabajo Integrador Final (TIF).

Asistencia al 80% de las clases del Taller de TIF.

CRONOGRAMA DE CLASES TEÓRICAS

Módulo	Eje	Tema	Fecha	Docentes	Horas de clase
Módulo I Profesor a cargo:	Teorías de la política y la comunicación.	Clase inaugural	4/4/2025	Eduardo Rinesi	16hs
		Actualidad de la democracia argentina y latinoamericana	11/4/2025	Alejandro Grimson	
		Teoría política contemporánea	25/4/2025	Luciano Nosetto	
		Teorías de la comunicación política	2/5/2025	Abelardo Vitale	

Módulo II Profesor a cargo:	La investigación en opinión pública	Metodologías de la investigación en comunicación	9/5/2025	Ianina Lois	16 hs
		Metodologías cuantitativas de la investigación social	16/5/2025	Manuel Hernández / Diego Villanueva	
		Metodologías cualitativas de la investigación social	23/5/2025	Shila Vilker	
		La ciencia de datos y la inteligencia artificial	30/5/2025	Flavia Costa	

Módulo III Profesora a cargo:	Estrategias y planificación de la comunicación política	Planificación y estrategias de las campañas electorales.	6/6/2025	Juan Courel	16 hs
		Planificación estratégica de la comunicación de gobierno	13/6/2025	Jesica Rey	
		Planificación estratégica de la comunicación institucional	4/7/2025	Juan Cancelli	
		Planificación estratégica de la comunicación local	11/7/2025	Vicente Linares	
Módulo IV Profesora a cargo:	La producción en la comunicación política	El diseño en la comunicación política	18/7/2025	Gustavo Wald	16 hs
		Discurso político y narrativa de gobierno.	25/7/2025	Julieta Wainsgold	
		Las redes sociales, la comunicación y la política	1/8/2025	Malena Dip	
		Ética, democracia y derecho a la comunicación	8/8/2025	Diego de Charras	

	Conferencia de cierre	Los desafíos de la comunicación política en Argentina	15/8/2025	Invitados a confirmar	
Taller de elaboración TIF Profesores a cargo: A definir	Taller de elaboración de estrategias de comunicación política	Taller		Taricco, Victor; Vitale, Abelardo; Perez Almansi, Fernando; Gómez Triben Mariana; Rolfi, Beatriz; Lucas Zalduendo; Onofrio, María Paula; Cybel, Yair; Barreto, Facundo;	64 horas

BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA

Arias, G., & Doldan, L. (2019). Comunicar lo local: estrategias electorales y de gobierno en el ámbito local. *Crujía*. P. 25-33.

Barba, J. D. (2011). Estrategias de comunicación política. IZURIETA, Roberto; ARTENTON, Christopher; PERINA, Rubén. Estrategias de comunicación para gobiernos. Buenos Aires: Icrj.

Bruno, D; Iotti, A y Algranati, S (2020). "Territorio, actores y relaciones en el escenario social". en "Planificación y gestión de procesos comunicacionales" Uranga, W. *et al* (2020). La Plata, Argentina: Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de la Plata. Capítulo V. Pág. 92-97.

Caletti, S. (2001). Siete tesis sobre comunicación y política. *Diálogos de la Comunicación*, (63), 37-49.

Crespo, I. (2011). "Capítulo 5: Decir mucho diciendo poco: la red de temas y mensajes en campaña". Manual de Comunicación Política y Estrategias de Campaña.

Elizalde, L., Fernández Pedemonte, D y Riorda, M (2011). La gestión del disenso. La comunicación gubernamental en problemas.

Esquivel, J. C., Carbonelli, M., & Gabriela, I. (2011). *Introducción al conocimiento científico y metodología de la investigación social*. Universidad Nacional Arturo Jauretche (Reimpreso en 2014).Capitulo II. Unidad 4. El proceso de investigación social.

Fuentes, Marcela (2019). Activismos tecnopolíticos. Constelaciones de performance.

Fitz Hebert, A., Avalos T y Elizalde, L (2020). "El branding político", en "Comunicación gubernamental. Más 360° que nunca". Buenos Aires. La Crujía. Página 157-177.

Mata, M. (2023). Comunicación Política: conflicto, acuerdos y hegemonía. Conferencia dictada en la apertura de la Diplomatura en Comunicación Política, FSOC-UBA, 2022. En Indisciplinada. Textos reunidos (1980-2022). Córdoba: Friedrich Ebert Stiftung. Pág. 477-487.

Matus, C. (2007). "El actor en situación", en "Teoría del juego social". Lanús, Buenos Aires: Ediciones de la UNLa. Capítulo V. Pág. 165-191.

Riorda, M. (2008). "Gobierno bien pero comunico mal": análisis de las Rutinas de la Comunicación Gubernamental. Revista del clad reforma y democracia, (40), 25-52.

Riorda, M. (2011). La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental. Politai, 2(3), 96-111.

Riorda, M. y Elizalde, L. (2013). Planificación estratégica de la comunicación gubernamental: realismo e innovación. Comunicación gubernamental, 360.

Uranga, W. (2016). La comunicación: escenario de acción política. Conocer, transformar, comunicar. Buenos Aires: Patria Grande, 2016. Pág. 189-207.

Uranga, W. (2016). "Para pensar las estrategias en la planificación de la comunicación" en "Conocer, transformar, comunicar". Editora Patria Grande. Páginas 177-188.

Uranga, W (2020). "Perspectiva comunicacional", en "Planificación y gestión de procesos comunicacionales" Uranga, W. *et al* (2020). La Plata, Argentina: Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Universidad Nacional de la Plata. Capítulo II. Pág. 24-39.

Verón, E. (1987). La palabra adversativa. Observaciones sobre la enunciación política. El discurso político. Lenguajes y acontecimientos, 11-26.

Wolton, D. (2012). La comunicación política: construcción de un modelo. La comunicación política. Mercier, A. et al. Buenos Aires: La Crujía, 2012. Pág.27-47.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Araujo, M. M. (2005). "Preguntar, observar y analizar. Un poco de método" en "El poder de la conversación: elementos para una teoría de la opinión pública". La Crujía. Capítulo IX. Pág. 425-443.

Cohaila Ramos, E. (2011). Metodología en la opinión pública. Politai, 2(3), 151-157. Lima. Perú.

Conrero, S. y Riorda, M. (2020). Flexibilidad y formalización para gestionar las redes sociales digitales en gobierno. Página 262-309.

Contursi, M.E. y Tufro, M. (2012). "Interpelación, colectivos de identificación y exclusión. Transformaciones del discurso político en la Argentina actual", Temas de Comunicación, Nro. 25, pp. 105-122. Recuperado de <http://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/temas/index.php/temas/article/view/829/792>

Escudero Chauvel, L. (2018): "El pueblo de la Web. Enunciación digital y transformación de la esfera política" en M. Dagatti y V. Sargentini (Comps.). Los pueblos de la democracia. Política y medios en el siglo XXI. Buenos Aires: La bicicleta.

Habermas, J. (1964). La esfera pública: un artículo de enciclopedia. New German Critique. Publicado en Comunicación y lucha de clases. Vol. 1. Capitalismo, Imperialismo. Armand Mattelart y Seth Siegelaub (editores), 1era edición en español, Quito: Ediciones CIESPAL, 2017. Colección: Economía y Políticas de Comunicación, N° 11. Página 338-343.

Mattelart, A. y Mattelart, M. (2013). "Los empirismos del nuevo mundo" en "Historia de las teorías de la comunicación". Pág. 23-40.

Petracci, M. (2003). "Pensar la opinión pública". Zigurat, revista de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, 8-18.

Schmucler, H. (1984). Un proyecto de Comunicación/cultura en Revista Comunicación y Cultura. Editorial Galerna. Página 3-8.

Vacas, F. (2020). Gobierno, medios y ciudadanos: nodos en la red. Página 393-419.

Materiales de consulta

Profesores invitados 2021:

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLafGfyZDf61nFDEhM7f37AC2cZwmp6knj>

Profesores invitados 2022:

<https://youtube.com/playlist?list=PLafGfyZDf61nujJdQEIEFI932AKuRW1uE>

Profesores invitados 2023:

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLafGfyZDf61kNc0VBdaL-lzuwz09QPwi9>

Profesores invitados 2024:

<https://youtube.com/playlist?list=PLafGfyZDf61nLFCA8ThePCImGsXxb1DmH&si=9fxKxKsmtYv449Sv>