

**PROGRAMA DIPLOMATURA EN  
COMUNICACIÓN POLÍTICA  
SECRETARÍA DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA  
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES — UBA  
2026**

Directores académicos: Víctor Taricco y Abelardo Vitale

Equipo docente: María Paula Onofrio, Mariana Gómez Tribben, Lucas Zalduendo, Fernando Pérez Almansi, Facundo Barreto.

Equipo tutor: Carlos Sainz, Naiara Mancini, Alicia Aquino

Modalidad: Presencial y 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: Viernes 17 de abril de 2026.

Finalización: Viernes 4 de septiembre de 2026.

## **JUSTIFICACIÓN**

La comunicación y la política constituyen dimensiones inseparables de la vida social: no es posible pensar la construcción política sin considerar los procesos simbólicos, discursivos y mediáticos a través de los cuales se producen sentidos, se configuran identidades colectivas y se disputan interpretaciones sobre la realidad.

En este marco, la Comunicación Política se configura como un campo transdisciplinario que articula aportes de las ciencias de la comunicación, la ciencia política, la sociología, la historia y otras disciplinas de las ciencias sociales, con el

objetivo de comprender e intervenir en los procesos de construcción del sentido de lo público.

Desde esta perspectiva, la Comunicación Política no se concibe como un conjunto de técnicas neutrales orientadas a la persuasión, sino como una dimensión constitutiva de la práctica política, atravesada por disputas de sentido, relaciones de poder y conflictos sociales que inciden directamente en la configuración de la vida democrática.

En este sentido, el discurso político no se limita a representar el mundo social, sino que participa activamente en su producción: organiza vínculos, produce identificaciones, construye antagonismos y orienta prácticas. Los intercambios comunicacionales constituyen un terreno de disputa simbólica en el que se juegan sentidos, legitimidades y relaciones de poder, y en el que se definen, en buena medida, las condiciones de posibilidad de la acción política.

En las últimas décadas, este campo ha experimentado transformaciones profundas asociadas a la expansión de las tecnologías digitales y de las plataformas de comunicación. El espacio público contemporáneo se encuentra atravesado por infraestructuras algorítmicas que reconfiguran los criterios de visibilidad, circulación y relevancia de los discursos, dando lugar a un ecosistema híbrido en el que conviven medios tradicionales con dinámicas propias de las redes sociales.

En este contexto, la producción y circulación de información se acelera, la atención se vuelve un recurso escaso y las lógicas de la conversación pública se ven tensionadas por formatos breves, fragmentados y altamente reactivos. Estas transformaciones no pueden pensarse al margen de sus efectos políticos y democráticos: los modos de circulación de los discursos, la administración de la visibilidad y la gestión algorítmica de la atención inciden de manera directa en la formación de la opinión pública, en la construcción de legitimidades y en las condiciones de posibilidad del debate democrático.

Estos cambios no sólo afectan los modos de informar y comunicar, sino también las formas de construcción del conflicto político, la relación entre emociones y argumentación, y los procesos de producción de sentido en la esfera pública. La creciente centralidad de los afectos, la polarización discursiva y la circulación de

contenidos desinformativos o simplificados plantean desafíos significativos para las democracias contemporáneas, en particular en América Latina, donde estos fenómenos se articulan con crisis de representación, desigualdades estructurales y la emergencia de nuevas derechas con fuerte presencia en los entornos digitales.

Frente a este escenario, y desde una perspectiva situada en las democracias latinoamericanas, la Diplomatura en Comunicación Política se propone ofrecer una formación integral que permita comprender críticamente los procesos comunicacionales en la política contemporánea y desarrollar herramientas teóricas y prácticas para su intervención.

La propuesta articula marcos conceptuales provenientes de las ciencias sociales con metodologías de investigación, planificación estratégica y producción de contenidos, orientadas a la elaboración de diagnósticos, proyectos y estrategias de comunicación en ámbitos institucionales, gubernamentales, partidarios y de la sociedad civil.

Desde un enfoque transdisciplinario y crítico, la diplomatura busca formar profesionales capaces no sólo de diseñar estrategias comunicacionales eficaces, sino también de reflexionar críticamente sobre sus implicancias políticas, éticas y democráticas, contribuyendo a la construcción de prácticas de comunicación que fortalezcan la deliberación pública, la participación y el derecho a la comunicación como pilares de la vida democrática.

## **MARCO TEÓRICO DEL PROGRAMA**

La Diplomatura en Comunicación Política se inscribe en una perspectiva teórica que concibe a la comunicación y a la política como dimensiones consustanciales de la vida social. Desde este enfoque, la comunicación política no se reduce a un conjunto de técnicas orientadas a la persuasión o a la gestión de mensajes, sino que se entiende como una práctica constitutiva de la política, en la medida en que interviene en la producción de sentidos, en la configuración de identidades colectivas y en la organización del conflicto social. Esta concepción retoma y desarrolla una tradición crítica de los estudios latinoamericanos de la comunicación

y la política, que pone el acento en las mediaciones simbólicas, culturales y materiales a través de las cuales se construye lo común.

El marco teórico del programa parte de reconocer que la política no preexiste a sus formas de enunciación, sino que se constituye en prácticas discursivas, institucionales y organizativas que tramitan, de manera siempre contingente, antagonismos sociales. En este sentido, se asume la distinción entre *lo político* —como la dimensión constitutiva del conflicto y la división en la vida social— y *la política*, entendida como el conjunto de prácticas, instituciones y mediaciones que buscan organizar y canalizar ese conflicto. La comunicación política ocupa un lugar central en esa articulación, ya que participa activamente en la delimitación de fronteras simbólicas, en la construcción de adversarios y en la producción de legitimidades democráticas o antidemocráticas.

Este enfoque se vuelve especialmente relevante en el escenario contemporáneo, caracterizado por la reconfiguración del espacio público a partir de procesos de mediatización avanzada y plataformización. La expansión de infraestructuras digitales y sistemas algorítmicos no elimina las mediaciones históricas, pero introduce nuevas lógicas de visibilidad, circulación y jerarquización de los discursos, que inciden de manera directa en la formación de la opinión pública, en la politización de los afectos y en las condiciones de la deliberación democrática. Desde esta perspectiva, las tecnologías no se conciben como dispositivos neutrales ni como determinantes absolutos, sino como materialidades que organizan el terreno de la disputa política y reconfiguran sus posibilidades.

Asimismo, el programa incorpora una mirada crítica sobre la centralidad de los afectos en la política contemporánea y sobre el ascenso de nuevas derechas con fuerte afinidad con las gramáticas comunicacionales del entorno digital. Lejos de explicaciones tecnocéntricas o puramente discursivas, este marco teórico entiende la politización de los afectos como el resultado de procesos históricos, sociales y culturales que encuentran en las plataformas condiciones específicas de amplificación y visibilidad. En este contexto, la comunicación política puede contribuir tanto a la degradación del debate democrático como a la construcción de horizontes colectivos orientados a la ampliación de derechos y a la tramitación democrática del conflicto.

Finalmente, el programa asume una concepción transdisciplinaria de la comunicación política, que articula teoría y práctica profesional sin subsumir la una en la otra. La producción teórica se entiende como una forma de intervención orientada a la acción, y las prácticas profesionales como espacios donde se ponen en juego definiciones políticas, éticas y democráticas. Desde esta perspectiva situada en las democracias latinoamericanas, el marco teórico de la diplomatura busca ofrecer herramientas conceptuales para comprender críticamente el presente y para intervenir en él, reconociendo que toda estrategia de comunicación política participa, de manera inevitable, en la construcción de lo común y en la definición de sus límites.

## **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 el 10 abril y el 28 de agosto de 2026, siendo el TIF el mecanismo de evaluación y aprobación.

## **CONTENIDOS**

**Módulo I. Teorías de la comunicación y la política.** El módulo introduce los principales enfoques teóricos de las ciencias de la comunicación y de la teoría política contemporánea para el análisis de la relación entre comunicación, política y democracia. Se abordarán nociones centrales como el Estado, el espacio público, el conflicto político y las mediaciones comunicacionales, así como las transformaciones recientes del escenario político y comunicacional, con especial atención al impacto de las tecnologías digitales y al avance de las nuevas derechas en América Latina. **Carga horaria:** 16 horas.

**Módulo II. La investigación social y la opinión pública.** El módulo aborda los principales enfoques y metodologías de la investigación social aplicadas al estudio de la opinión pública y a la comunicación política. Se trabajarán herramientas cuantitativas y cualitativas de investigación —encuestas, focus groups y análisis de

datos—, así como los aportes recientes de la ciencia de datos y la inteligencia artificial, atendiendo a sus alcances, límites y usos en el análisis del comportamiento político, la elaboración de diagnósticos y la toma de decisiones en contextos políticos y comunicacionales contemporáneos. **Carga horaria:** 16 horas.

**Módulo III. Estrategias y planificación de la comunicación política.** El módulo aborda las principales nociones y enfoques de la comunicación política desde una perspectiva estratégica, orientada a la planificación y al diseño de intervenciones en distintos escenarios. Se trabajarán los procesos de planificación de campañas electorales, la comunicación institucional y de gobierno, así como las estrategias de comunicación vinculadas al activismo y a la acción política colectiva, atendiendo a las condiciones políticas, comunicacionales y organizacionales que inciden en la definición de objetivos, públicos, mensajes y dispositivos de intervención. **Carga horaria:** 16 horas.

**Módulo IV. La producción en comunicación política.** El módulo aborda los procesos de producción en comunicación política, atendiendo a la construcción de la marca política, el mensaje y el metamensaje, así como a la organización de los equipos de trabajo y a la producción de contenidos audiovisuales y digitales. Se trabajará el uso de redes sociales, la producción con inteligencia artificial, la publicidad digital y las estrategias de segmentación y microsegmentación, junto con el análisis del rol de los medios de comunicación. Asimismo, se incorporará una reflexión sobre el denominado “lado B” de la comunicación política y el derecho a la comunicación como desafíos centrales en el escenario político-comunicacional contemporáneo. **Carga horaria:** 16 horas.

**Módulo TIF.** Para la aprobación de la diplomatura, las y los estudiantes deberán realizar un Trabajo Integrador Final (TIF), en grupos de hasta cuatro personas, que consistirá en la elaboración de una estrategia de comunicación política aplicada a una campaña electoral, a la comunicación de una política pública o a una acción de activismo. El trabajo integrará los contenidos teóricos y prácticos desarrollados a lo largo de la cursada, atendiendo al análisis del contexto, la definición de objetivos y públicos, y la formulación de propuestas de intervención comunicacional. **Carga horaria:** 64 horas.

**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	Docente	Horas de clase
Módulo I Profesor a cargo:  Victor Taricco	Teorías de la política y la comunicación	El escenario político contemporáneo	17/04/2026	Juan Gabriel Tokatlian	16 h
		Actualidad de la comunicación política	24/04/2026	Victor Taricco y Abe Vitale	
		Política y nuevas tecnologías de la comunicación	8/05/2026	Pablo "Manolo" Rodríguez	
		Teoría política contemporánea	15/05/2026	Luciano Nosetto	

Módulo II	La investigación en opinión pública	Metodologías cuantitativas de la investigación social	22/05/2026	Manuel Hernández / Diego Villanueva	122 h
Profesor a cargo:					
María Paula Onofrio		Metodologías cualitativas de la investigación social	29/05/2026	Dario Palti	
		La ciencia de datos y la inteligencia artificial	5/06/2026	Ivan Recalde	

Módulo III	Estrategias y planificación de la comunicación política	Estrategia y planificación de las campañas electorales.	12/06/2026	Juan Courel	16 h
Profesora a cargo:					
Mariana Gómez Triben		Planificación estratégica de la comunicación institucional	19/06/2026	Juan Cancelli	
		Planificación estratégica del activismo	26/06/2026	Luis Chino Sanjurjo	
		Planificación estratégica de la comunicación de gobierno	3/07/2026	Mario Riorda	

Módulo IV	La producción en la comunicación política	Discurso político y narrativa de gobierno.	17/07/2026	Julieta Waisgold	20 h
Profesora a cargo:					
Lucas Zalduendo		Las redes sociales, la comunicación política	07/08/2026	Pablo Carrasco	
		La imagen en la comunicación política	14/08/2026	Vicente Linares	
		Medios y política	21/08/2026	Ignacio Fianza	
		Ética, democracia y derecho a la comunicación	28/08/2026	Diego de Charras	
		Cierre de la diplomatura	4/09/2026	Invitado especial	

Taller de elaboración TIF Profesores a cargo: A definir	Taller de elaboración de estrategias de comunicación política	Taller		María Paula Onofrio, Mariana Gómez Tribben, Lucas Zalduendo, Fernando Pérez Almansi, Facundo Barreto	64 h

\*Invitados a confirmar

## **BIBLIOGRAFÍA**

Taricco, V., Gómez, T., y Onofrio, P. (2024). "Comunicación Política" en de Charras, D., Kejval, L., & Hernández, S. (2024). Vocabulario crítico de las ciencias de la Comunicación. Taurus. Pág. 93-97.

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

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.

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.

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

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

Arias, G. (2017). "Capítulo 5: Estrategia y campañas electorales". En El ABC de la Comunicación Política: Gustar, ganar y gobernar. Cómo triunfar en el arte de convencer. Penguin Random House Grupo Editorial. Pág. 74-81.

Fuentes, Marcela (2019). "Introducción: actualizar la protesta y el activismo: constelaciones de performance hemisféricas". En Activismos tecnopolíticos. Constelaciones de performance. Pág. 17-53.

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

Longoni, Ana (2024). "Activismos artísticos" en de Charras, D., Kejval, L., & Hernández, S. (2024). Vocabulario crítico de las Ciencias de la Comunicación. Taurus. p. 33-36.

Crespo, I. (2011). "Capítulo 1: ¿Hay una estrategia electoral que sea más efectiva?". 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.

Arias, G. (2017). "La importancia de la investigación" en Gustar, ganar y gobernar: Cómo triunfar en el arte de convencer. Aguilar. Pág. 60-73.

Palazzolo, F. (2011). El tema de investigación: claves para pensarlo y delimitarlo. [documento electrónico].

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

Gómez, Y. (2023). Metodologías de la investigación en opinión pública. Diplomatura en Comunicación Política. Facultad de Ciencias Sociales. UBA. (Video y PPT).

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.

Vommaro, G. (2008). Capítulo 1. "Lo que quiere la gente": los sondeos de opinión y el espacio de la comunicación política en Argentina (1983-1999). Prometeo Libros Editorial.

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 / Capítulo VII. Pág. 113-121.

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

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

m

Arias, G. (2017). "Capítulo 5: Estrategia y campañas electorales". En El ABC de la comunicación política: Gustar, ganar y gobernar. Cómo triunfar en el arte de convencer. Penguin Random House Grupo Editorial. Págs. 74-81.

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

Riorda, M. (2008). "Gobierno bien, pero comunico mal": análisis de las rutinas de la comunicación gubernamental. Revista del clad Reforma y democracia, (40), pág. 25-52.

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

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

## **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>

Profesores invitados 2025:

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLafGfyZDf61kul4WqUu6xnKaJx0TAiPuQ>