



# UNIVERSIDAD NACIONAL DEL COMAHUE

## CENTRO UNIVERSITARIO REGIONAL ZONA ATLANTICA

**PROGRAMA DE LA ASIGNATURA:** Comunicación y Política

**CARRERA:** Licenciatura en Ciencia Política

**CURSO:** Cuarto año

**ORDENANZA:** Plan: 0605/11 - Modificatorias: 1345/13 - 0126/14 - 454/19 - 481/19

**AÑO:** 2024

**CUATRIMESTRE:** 1°

**EQUIPO DE CATEDRA:**

Profesora a cargo de clases teóricas y prácticas: Dra. Sandra Poliszuk

## 1. FUNDAMENTACIÓN

La asignatura Comunicación y Política contribuye con la formación del Licenciado en Ciencia Política a partir de una propuesta pedagógica que busca: propiciar una mirada reflexiva sobre la relación entre comunicación y política, identificar históricamente las huellas de esa vinculación y abordar algunas de sus problemáticas, enfoques teórico- metodológicos y representaciones hegemónicas y residuales. Las claves de lectura que se plantean en esta propuesta no solo tienen en cuenta el rastreo genealógico sino también las transformaciones comunicacionales actuales.

Hablamos del campo de Comunicación / Política entendiéndolo como un territorio problemático en el cual se entrecruzan diferentes perspectivas teóricas, recorridos históricos y prácticas sociales y profesionales.

En la unidad 1, se abordará la constitución de la opinión pública, la ampliación de la esfera pública y la transformación de la visibilidad en la Modernidad como huellas históricas de vinculación entre comunicación y política. Este enfoque nos permitirá adentrarnos en los estudios sobre la relación entre el sistema de medios de comunicación, la formación de la opinión pública y el sistema político.

La unidad 2 se centrará en los estudios de los procesos de construcción y definición de las agendas pública, política y mediática y algunas de sus principales líneas de investigación.

En la unidad 3, el estudio del campo de la comunicación/política estará enfocado en una aproximación a los debates y conceptualizaciones en torno a dos ejes temáticos: por un lado, la comunicación política, con énfasis en la mediatización de la política; por otro, la democratización de la comunicación y las políticas de comunicación, con énfasis en los procesos y escenarios de las 2 últimas décadas en Argentina.

## 2. OBJETIVOS SEGÚN PLAN DE ESTUDIOS

No posee

### 2.1 OBJETIVOS DEL PROGRAMA

#### **Objetivo General**

#### **Que el alumno logre:**

Conocer, desde una mirada histórico-cultural y desde una perspectiva contextual de las transformaciones comunicacionales contemporáneas, los principales enfoques teórico-metodológicos y los núcleos de debate del campo de la comunicación/política.

#### **Objetivos Específicos**

Que el alumno logre:

- Analizar la relación entre comunicación y política desde una lectura histórico-cultural de la Modernidad
- Conocer las principales perspectivas teóricas de la opinión pública.
- Comprender los principales núcleos de debate en torno a la definición de la comunicación política
- Comprender el lugar de los medios de comunicación como constructores de realidad y como actores políticos.
- Conocer las principales perspectivas teórico-metodológicas de los estudios sobre el establecimiento de las agendas y la teoría del encuadre.
- Brindar herramientas teórico-prácticas para analizar la mediatización de la política en los procesos y estrategias de comunicación electoral y gubernamental
- Reconocer los principales núcleos de debate planteados sobre la democratización de la comunicación y las políticas de comunicación, con énfasis en los procesos y escenarios de las 2 últimas décadas en Argentina.

### 3. CONTENIDOS SEGÚN PLAN DE ESTUDIOS

**Aproximación al campo de la comunicación y la política. La constitución de la opinión pública en la Modernidad. Principales corrientes históricas y actuales de abordaje del campo de la Comunicación y la Política. Perspectivas sociopolítica y cultural de la comunicación en América Latina. Políticas de comunicación, espacio público y mediatización de la política. Comunicación y Campañas Electorales. Introducción al análisis del discurso político.**

### 4. CONTENIDOS ANALÍTICOS

## Unidad 1

**Comunicación y política en la Modernidad: el surgimiento de la opinión pública y el rol de los medios masivos en la transformación del espacio público.**

Modernidad, espacio público y transformación de la visibilidad. De la publicidad burguesa a la opinión de masas. El espacio público plebeyo y medios de comunicación. Relación entre medios de comunicación y formación de la opinión pública: enfoques teóricos de la opinión pública. Los medios como actores políticos y la construcción de la realidad social.

# Unidad 2

## Estudios de las agendas y encuadres noticiosos.

Desarrollos de la Teoría de la *Agenda setting*. La teoría del encuadre. Aplicación empírica en investigaciones concretas. Derivaciones de la *agenda setting*. Polarización y estudios de agendas. La relación de los medios tradicionales y los nuevos medios. Transformaciones de la comunicación política.

# Unidad 3

## Comunicación política y mediatización: problemáticas y transformaciones actuales

1. Mediatización de la política y comunicación electoral: comunicación electoral y gubernamental. Comunicación persuasiva: relato político y emociones positivas y negativas. La campaña negativa.
2. Transformaciones comunicacionales, políticas y democratización de la comunicación: Derecho a la Información y el Derecho a la Comunicación: problemáticas y debates contemporáneos. Democratización de la comunicación: acceso y participación como categorías para analizar las políticas de comunicación. Una aproximación a los procesos de convergencia y su impacto en Argentina.

## 5. BIBLIOGRAFÍA

### Unidad 1

#### Bibliografía obligatoria

ALBARELLO, F. (2017) Del contenido al flujo: nuevas relaciones entre medios y usuarios en el ecosistema digital. En: Labate, C. & Arrueta, C. (comp.) La comunicación digital. Fadeccos. Jujuy

BADENES, D., (2014) *Historia de los medios de comunicación*. Universidad Nacional de Quilmes.

CALIFANO, B. "Los medios de comunicación, las noticias y su influencia sobre el sistema político" *Revista Mexicana de Opinión Pública*, julio - diciembre de 2015, pp. 61-78

DADER, J. (1992) *El periodista en el espacio público*. Capítulo 2. Bosch, Barcelona.

EMILIOZZI, S., (2004) "Vida pública y ciudadanía en los orígenes de la Modernidad" En: GARCÍA RAGGIO, A.M. y otros, *La política en conflicto. Reflexiones en torno a la vida pública y la ciudadanía*. Prometeo, Bs.As.

GERSTLÉ, J. (2005). *La comunicación política*. Santiago de Chile, LOM Ediciones.

GONZÁLEZ REQUENA, J., (1989) *El espectáculo informativo*. Akal, Madrid, Pags 7-20

LIPPMANN, W. (1964). El mundo exterior y nuestras imágenes mentales (1922). En *La Opinión*

*Pública*. Buenos Aires, General Fabril: 13-31.

ROST, A., (2009) "Desde los hechos hasta la noticia. Los actores que intervienen en la construcción de la actualidad" En: Revista de la Facultad N° 15, FADECS. UNCo. General Roca: Publifadecs. ISSN: 950-9859-51-6. Pags 237-265 Descargar en:

<http://fadeweb.uncoma.edu.ar/medios/revista/revista15/12AlejandroRost.pdf>

SIBAJA QUESADA, G. (2013) "Modelo para el estudio de la comunicación política", En: Crespo, I. & Del Rey, J. (Ed.). *Comunicación Política y Campañas electorales en América Latina*; Edit. Alice.

### **Bibliografía complementaria**

BALBIN, C. (2008). "La producción de noticias". En Baquerin de Riccitelli, M. (Ed.), *Los medios ¿aliados o enemigos del público? Derivaciones de las teorías de la comunicación surgidas en los setenta*. Buenos Aires: EDUCA, pp. 238-281

CARRO, P.,(2004) "El espacio público como categoría de análisis" En Revista *Margen* N° 34, Periódico de Trabajo Social y Ciencias Sociales, Edición electrónica. Facultad de Trabajo Social, UNLP. En: <https://www.margen.org/suscri/margen34/carro.html>

GARCÍA B., V, D´ADAMO, O., ARUGUETE, N., (2014) "Opinión Pública y medios de comunicación de masas" En: *Psicología social y política: procesos teóricos y estudios aplicados* /coordinado por Elena M. Zubieta ; José F. Valencia ; Gisela I. Delfino. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Eudeba.

DADER, J. (1990) "Las teorías contemporáneas" en MUÑOZ , A. *Opinión pública y comunicación política*. Eudema, Madrid, 1990.

FERRY, J.M. (1992) "Las transformaciones de la publicidad política" en FERRY, J.M. y otros *El nuevo espacio público*. Gedisa. Barcelona.

MENENDEZ, M., C., (2009) *Política y medios en la era de la información*. Capítulo 3. La Crujía, Bs.As.

NOELLE NEUMANN, E. (1993) *La espiral del silencio*. (selección dos últimos capítulos). Paidós.

## **Unidad 2**

### **Bibliografía obligatoria[1]**

AMADEO, B., "Framming: modelo para armar" En: Baquerín de Riccitelli, M. T. (2008). *Los medios ¿aliados o enemigos del público? : derivaciones de las teorías de la comunicación surgidas en los setenta* [en línea]. Buenos Aires : Educa. Disponible en:

<http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/libros/medios-aliados-enemigos-publico-riccitelli.pdf>

ARUGUETE, N., (2013) "La narración del espectáculo político: pensar la relación entre sistema de medios y poder político". En: *Revista Austral Comunicación*, Volumen 2 número 2 ISSN 2313-9129 205.

ARUGUETE, N., (2015) *El Poder de la Agenda. Política, medios y público* (caps 1, 2, 3 y 6), Ed. Biblos, Bs.As.

ARUGUETE, N. (2022). "Habitar el nuevo entorno mediático-comunicacional". En: *InMediaciones de la Comunicación*, Nº 17, vol.1, pp.17-26. DOI: <https://doi.org/10.18861/ic.2022.17.1.3226>

BOCZKOWSKI, P. La postverdad. Ensayo. En: *Revista Anfibia*.  
<https://www.revistaanfibia.com/la-postverdad/>

CASERO-RIPOLLÉS, Andreu (2018). "Investigación sobre información política y redes sociales: puntos clave y retos de futuro". *El profesional de la información*, v. 27, n. 5, pp. 964-974.

GALUP, L., (2017) Datos y relatos para la comunicación política. En: Labate, C. & Arrueta, C. (comp.) *La comunicación digital*. Fadeccos. Jujuy

SCHULIAQUER, I. & VOMMARO, G. (2020) "Introducción: La polarización política, los medios y las redes. Coordenadas de una agenda en construcción". *Revista SAAP* (ISSN 1666-7883) Vol. 14, Nº 2, noviembre 2020, pp. 235-247. <https://doi.org/10.46468/rsaap.14.2.1>

WAISBORD, S. (2020) "¿Es válido atribuir la polarización política a la comunicación digital? Sobre burbujas, plataformas y polarización afectiva" *Revista SAAP* (ISSN 1666-7883) Vol. 14, Nº 2, noviembre 2020, 249-279. <https://doi.org/10.46468/rsaap.14.2.A1>

ZUAZO, N. & ARUGUETE, N. ¿Polarización política o digital? Un ecosistema con todos los climas. En: Quevedo, L. & Ramirez, I. (2021) *Polarizados*. Capital Intelectual. Bs.As.

## **Bibliografía de estudio de casos[2]**

ALVAREZ, M (2009): "Imágenes y discursos sobre la diferencia: Prácticas culturales y relacionales de clase. Representaciones televisivas sobre jóvenes usuarios de drogas diversas: paco, poxi y éxtasis" en *V Jornadas de Jóvenes investigadores*, IIGG, Buenos Aires  
[http://www.iigg.fsoc.uba.ar/jovenes\\_investigadores/5jornadasjovenes/EJE5/Politicasy%20medios/Alvarez.pdf](http://www.iigg.fsoc.uba.ar/jovenes_investigadores/5jornadasjovenes/EJE5/Politicasy%20medios/Alvarez.pdf)

AMADEO, B., ARUGUETE, N., (2013) "Medios y miedos. La cobertura de la inseguridad en Argentina". UNLAM En:  
[https://www.academia.edu/3817005/MEDIOS\\_Y\\_MIEDOS.\\_LA\\_COBERTURA\\_DE\\_LA\\_INSEGURIDAD\\_EN\\_LA\\_ARGENTINA](https://www.academia.edu/3817005/MEDIOS_Y_MIEDOS._LA_COBERTURA_DE_LA_INSEGURIDAD_EN_LA_ARGENTINA)

ARUGUETE, N. & CALVO, E. (2017) #TarifazoEnArgentina. Agenda melding y difusión de mensajes en medios sociales. En: Labate, C. & Arrueta, C. (comp.) *La comunicación digital*. Fadeccos. Jujuy

FREIDENBERG, F., (2003) Los medios de comunicación de masas: ¿también son actores? En:  
<http://campus.usal.es/~dpublico/areacp/materiales/Mediosdecomunicacion.pdf>

ISLA A y SAN MARTIN, R (2009): Representando las Violencias y el Delito. El rol de los mediosdecomunicación.[http://www.unsam.edu.ar/escuelas/humanidades/centros/c\\_cie/pdf/cuadernos/IslaSanMartin.pdf](http://www.unsam.edu.ar/escuelas/humanidades/centros/c_cie/pdf/cuadernos/IslaSanMartin.pdf)

KITZBERGER, P., (2008) *Los pobres en papel. Las narrativas de la pobreza en la prensa latinoamericana*. Buenos Aires : Konrad Adenauer Stiftung.

MACASSI, S., (2010) "Medios y conflictos sociales entre el rating y el activismo". En: Revista Diálogos de la comunicación, ISSN 1813-9248, N°. 81.

TUÑÓN, I., (2002) "La formación de una agenda pública. El caso de los jóvenes que no estudian ni trabajan". Jornadas de la Lic. Ciencias de la Comunicación, UBA.

ZUNINO, E. y ARUGUETE, N., (2010) La cobertura mediática del conflicto campo-gobierno. Un estudio de caso. *Global Media Journal*, vol. 7, núm. 14, pp. 1-23, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México

## **Documental La niñez en los noticieros**

## **Documental La crisis causó dos nuevas muertes**

## **Bibliografía complementaria**

CASERMEIRO, A. (2004) Los medios y las elecciones. La Agenda Setting en la Ciudad de Buenos Aires. Buenos Aires: EDUCA.

LUCHESSI, L., (comp.) *Nuevos escenarios detrás de las noticias. Agendas, tecnologías y consumos*. Cap 2 y 3. La Crujía, Bs. As., 2010.

McCOMBS, M. y EVATT, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting. *Comunicación y Sociedad*, 8(1), 7-32.

RODRIGO ALSINA, M. (2000) "La producción de la noticia". En *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós Comunicación.

WAISBORD, S., AMADO, A., (2014) "Periodismo partido al medio" En AMADO, A., *La comunicación pública como espectáculo*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Konrad Adenauer Stiftung.

## **Selección de notas periodísticas de medios nacionales:**

<https://www.tiempoar.com.ar/informacion-general/inteligencia-artificial-para-todos-el-juguete-de-moda-la-nueva-guerra-y-los-grandes-peligros/>

<https://www.telam.com.ar/notas/202303/621747-discriminacion-genero-algoritmos.html>

<https://lateclaenerevista.com/capitalismo-robotizado-e-inteligencia-artificial-por-jose-muchnik/>

<https://esferacomunicacional.ar/la-inteligencia-artificial-y-evolucion-del-periodismo/>

<https://esferacomunicacional.ar/loreti-hacen-falta-una-ley-para-distribuir-pauta-y-otra-para-promover-pluralismo-y-diversidad/>

<https://www.redcomargentina.com.ar/audiencia-ante-la-cidh-el-estado-no-respndio-sobre-el-impac>

### Unidad 3

#### Bibliografía obligatoria

BARANCHUK, M., (2010) “Una historia sobre la promulgación de la ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (o el largo camino hacia la democratización de las comunicaciones)”. En: Ley 26522 de servicios de comunicación audiovisual. Historia, antecedentes europeos y principales artículos. Edita: Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual.

BECERRA, Martin; Restauración: cambios en las políticas de comunicación; R. Coviello; Épocas; 2; 4-2016; 1-15 URI: <http://hdl.handle.net/11336/92296>

BECERRA, M. y MASTRINI, G. « Concentración y convergencia de medios en América Latina », *Communiquer* [En ligne], 20 | 2017, mis en ligne le 30 septembre 2017, consulté le 21 décembre 2017. URL : <http://journals.openedition.org/communiquer/2277>

D'ADAMO, Orlando y GARCÍA BEAUDOUX, Virginia (2016) “Comunicación Política: narración de historias, construcción de relatos políticos y persuasión”. *Comunicación y Hombre* nº12. pp. 23-39.

D'ADAMO, O., GARCÍA BEAUDOUX, V. I. y BRUNI, L. A. (2021). Las emociones en la comunicación política: breve recorrido teórico. *Opera* Nº 28, pp. 195-215 doi: <https://doi.org/10.18601/16578651.n28.09>

GARCÍA BEAUDOUX, Virginia Inés (2016) Spot y Storytelling: El anuncio televisivo y la narración de historias al servicio de la comunicación política; Universidad de Guadalajara; pp. 289-314

FORO INFORMACIÓN Y DEMOCRACIA, Informe: Pluralismo de noticias e información en los algoritmos de indexación y curaduría.

ROSSI, D., (2007) “Precisiones sobre acceso y participación en la comunicación masiva”. Cátedra Políticas y Planificación de la Comunicación, Fac. Cs. Sociales, U.B.A.

TARULLO, R. (2021). “La comunicación política en Instagram: el caso de las diputadas soror@s en la Argentina”. En: POSTData 26, Nº1, Abril-Septiembre, pp. 233-256.

TARULLO, R. (2016) Esperanza y miedo: una aproximación teórica a las emociones en la comunicación política, *Dixit* Nº 25, pp. 28-37

#### Bibliografía complementaria:

BECERRA, M. y BELTRÁN, R. (comp.) (2014) Medios y TIC en la Argentina. Estudio sobre adopción de tecnologías de la información en medios de comunicación / 1a ed. / Buenos Aires: Proyecto UBACYT "Las tecnologías de los medios de comunicación en el escenario de la convergencia".



BOURDIEU, P. (1996) "La opinión pública no existe" en Revista *Voces y culturas* N° 10, 2º semestre.

CHAMPAGNE, P., (2005) "Hacer hablar a la gente. El uso social de las encuestas de opinion

GARCÍA BEAUDOUX, V.; D'ADAMO, O. (2013) Propuesta de una matriz de codificación para el análisis de las campañas negativas; *Opera* N° 13; pp. 7-23. Universidad Externado de Colombia. Facultad de Finanzas. Gobierno y Relaciones Internacionales.

García Beaudoux, Virginia Inés; D'adamo, Orlando; Peralta Gavensky, Marina (2017) Una tipología de los sesgos y estereotipos de género en la cobertura periodística de las mujeres candidatas; Universidad Nacional Autónoma de México; *Revista Mexicana de Opinión Pública* N° 24; 12-2017; pp. 113-129

KITZBERGER, P., (2009) "Las relaciones gobierno-prensa y el giro político en América latina" en Revista *Postdata* v.14 n.2 Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

MASTRINI, B., CARBONI, O. (2012) *Siete debates nacionales en políticas de comunicación. Actores, convergencia y tecnología*. Prólogo e Introducción, Universidad Nacional de Quilmes, Bernal.

PAZ MINUTELLA, I. (2010) La comunicación de gobierno. Reflexión Académica en Diseño y Comunicación. pp. 141-145.

ROVIRA SANCHEZ, ZIRES, M. y otros (2015) *Los movimientos sociales desde la comunicación. Rupturas y genealogías*. Instituto Nacional de Antropología e Historia, México.

[1] Se trabajará con notas de opinión y artículos periodísticos extraídos de diferentes diarios y revistas de circulación nacional y local.

[2] Esta bibliografía será asignada a los estudiantes en función del tema que elegirán para realizar el trabajo práctico integrador. Podrá ampliarse o ajustarse en relación con el tema trabajado.

## 6. PROPUESTA METODOLÓGICA

La modalidad de la asignatura es la Cátedra teórico-práctica. La propuesta para el desarrollo de la materia es combinar planteo de problemáticas, trabajos de análisis conceptual, espacios de debate, exposiciones de los alumnos y los docentes.

En las clases teóricas, la dinámica de trabajo no consiste exclusivamente en la exposición por parte de la profesora sino en el abordaje de temas y problemas mediante diferentes técnicas grupales y participativas de análisis y producción. La lectura previa de los textos tiene por objeto dinamizar el intercambio temático-conceptual. Las fechas de las instancias evaluativas (parcial, coloquio, presentación de los avances del trabajo práctico integrador) serán acordadas previamente entre docentes y estudiantes y deberán ser cumplidas estrictamente.

Todas las instancias evaluativas tienen recuperatorio, a excepción del coloquio final.

## 7. EVALUACIÓN Y CONDICIONES DE ACREDITACIÓN

### Evaluación

La evaluación tendrá en cuenta el proceso grupal e individual de los alumnos y la producción oral y escrita, individual y grupal. Se evaluará la participación dialógica, la precisión conceptual, la creatividad, la capacidad de síntesis y el sentido de las estrategias de intervención propuestas.

Los trabajos realizados y presentados en las clases teóricas apuntan preferentemente a constituir un marco de referencia para el proceso de producción de los trabajos prácticos.

Los plazos de presentación de los trabajos se fijarán de común acuerdo entre los ayudantes y los grupos.

## Acreditación

Para aprobar la materia los alumnos *regulares* y *promocionales* deberán cumplimentar las siguientes instancias:

- Asistencia al 70% de las clases dictadas.
- Presentación y aprobación de trabajos prácticos evaluativos propuestos en la cursada práctica y teórica.
- Aprobación de un examen parcial
- Los alumnos que estén en condiciones de aprobar la materia por promoción deberán rendir un coloquio final.

### 1.1. Aprobación de cursado regular

Para aprobar la materia la calificación mínima es de 4 (cuatro) puntos sobre un total de 10 (diez). Los que al finalizar el cursado teórico y práctico de la materia aprueben con menos de 7 (siete) puntos deberán rendir un examen final.

### 1.2. Aprobación por promoción

Para aprobar la promoción (abierta a la totalidad de los alumnos) la calificación mínima es de 7 (siete) puntos sobre un total de 10 (diez) en todas las instancias evaluativas. Los alumnos que quieran promocionar la materia deberán rendir un coloquio final

### 1.3. Aprobación de alumnos libres

Los alumnos *libres* deberán rendir un examen final oral y escrito, conforme a la reglamentación de la UNC. Para aprobar deberá obtener un puntaje de 4 (cuatro) o más, tanto en el trabajo escrito como en el examen oral. Se requerirá además la elaboración de 1 trabajo práctico evaluativo (acordado previamente con el equipo docente) que será entregado una semana antes del examen.

## 8. PARCIALES, RECUPERATORIOS Y COLOQUIOS

Parcial: Unidad 1 y 2: 21 y 22 de mayo / Recuperatorio: 28 y 29 de mayo

Coloquio final: Unidad 1, 2 y 3: 25 y 26 de junio

## 9. DISTRIBUCIÓN HORARIA

<b>Modalidad</b>	<b>Minutos *</b>	<b>Porcentaje</b>
Presencialidad en el establecimiento	240	66.67%
Presencialidad remota	60	16.67%
EAD Asincronica - PEDCO	60	16.67%

\* Minutos de dictado semanal

### Observaciones

Clases teóricas con presencialidad en el establecimiento: Miércoles de 18 a 20 hs.

Clases prácticas con presencialidad en el establecimiento: Martes de 19.15 a 21.15 hs

Se dedicarán dos horas semanales adicionales para consulta y seguimiento de trabajos prácticos con presencialidad remota o para clases teóricas asincrónicas: a convenir con los estudiantes.

## 10. CRONOGRAMA TENTATIVO

<b>Cuatrimestre</b>				
<b>Tiempo / Unidades</b>	<b>Marzo</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>
Unidad 1	X	X		
Unidad 2		X	X	
Unidad 3			X	X

## 11. PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES

Charla sobre Medios y Malvinas: fecha a definir. A cargo de Sebastián Ciccone

Charla sobre Políticas de comunicación: fecha a definir. A cargo de Nestor Busso

Sandra Poliszuk  
PAD Regular

Viedma, 3 de Marzo de 2024