



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL COMAHUE

COMPLEJO UNIVERSITARIO REGIONAL ZONA ATLÁNTICA Y SUR

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: 2026

CUATRIMESTRE: 1°

EQUIPO DE CATEDRA:

Prof. Mgt. María Fernanda Sánchez

mfsanchez680@gmail.com

Prof. Mgt. Alba Eterovich

alba.eterovich@gmail.com

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. 2. Mediatización de la política y comunicación electoral: comunicación electoral y gubernamental. Comunicación persuasiva: relato político y emociones positivas y negativas. La campaña negativa. 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

Bibliografía básica

Unidad 1

Bibliografía obligatoria

BADENES, D. Historia de los Medios de Comunicación. 1era Edición. Bernal. Universidad Virtual de Quilmes-2014. E-Book

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.

DADER, J.L. (1982). El periodista en el espacio público. Barcelona: Bosch.

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.

LIPPMANN, W. (2003). La opinión pública. Cuadernos de Langre. (Obra original publicada en 1964)

ROST, A., (2009) "Desde los hechos hasta la noticia. Los actores que intervienen en la construcción de la actualidad" En: Revista de la Facultad Nº 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>

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 Nº 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. Zubietta ; 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 ultimos 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/>

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/rשאap.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/rשאap.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/Políticas%20y%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

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

MACASSI, S., (2010) "Medios y conflictos sociales entre el rating y el activismo". En: Revista Diálogos de la comunicación, ISSN 1813-9248, Nº. 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.

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-respondio-sobre-el-impacto-de-los-decretos-en-la-concentracion-de-medios/>

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 URL: <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 N° 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., (2020) "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, N°1, Abril-Septiembre, pp. 233-256.

TARULLO, R. (2016) Esperanza y miedo: una aproximación teórica a las emociones en la comunicación política, Dixit N° 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 dos exámenes parciales

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 (abierto 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 1: Unidades 1 y 2: 18 de mayo / Recuperatorio: 26 de mayo

Parcial 2: Unidad 3: 15 de junio/ Recuperatorio: 22 de junio

Coloquio final: Unidad 1, 2 y 3: 22 y 23 de junio

9. DISTRIBUCIÓN HORARIA

Modalidad	Minutos *	Porcentaje
Presencialidad en el establecimiento	360	100%
Presencialidad remota	0	0%
EAD Asincronica - PEDCO	0	0%
Modalidad de presencialidad híbrida/combinada	0	0%

* Minutos de dictado semanal

Observaciones

Sin observaciones adicionales

10. CRONOGRAMA TENTATIVO

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

11. PLANIFICACIÓN DE ACTIVIDADES EXTRACURRICULARES

Participación de los estudiantes en el encuentro Intermedios, organizado por el Taller Optativo Medios y Escuelas del Profesorado de Lengua y Comunicación Oral y Escrita.

María Fernanda Sánchez
PAD suplente

Viedma, 19 de marzo de 2026.-