

<b>UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO</b>			
<b>FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES - Sede COM. RIV.</b>			
<b>PROGRAMA DE:</b> <b>COMUNICACIÓN POLÍTICA</b>		<b>DEPARTAMENTO DE:</b> <b>COMUNICACIÓN SOCIAL</b>	
<b>Cursado</b> 1er. Cuatrimestre	<b>Días de clase:</b> Lunes y Jueves	<b>Horarios:</b> 14 a 17 9 a 11	<b>Aula/s</b> 310 208
<p>PROFESOR RESPONSABLE: Mgter. <b>ADRIÁN EDUARDO DUPLATT</b></p> <p>EQUIPO DE CÁTEDRA: JTP Lic. <b>DANIEL ENRIQUE PICHL</b></p>			

**2022**

**1. FUNDAMENTACIÓN**

Con el fin de la última dictadura militar en 1983, se dio inicio a un período democrático que continúa hasta nuestros días. En las campañas políticas de ese año, el campo político recurrió como nunca antes al auxilio de la comunicación en sus campañas. En ese contexto, periodistas, comunicadores, publicistas, encuestadores... se dedicaron a la propaganda inmersos en el incipiente paradigma de la videopolítica.

Estos fenómenos -la apertura de lo político a la comunicación y la videopolítica- tenían como eje central la importancia de los medios en la sociedad. Los medios, como productores de agenda y formadores de opinión, fueron -y son- el campo de batalla de las campañas políticas.

Sin embargo, la política en los medios no era suficiente para lograr triunfos electorarios. Era necesario conocer a los votantes y sus opiniones. La opinión pública y la videopolítica forjaron el nudo de la comunicación política. Esto no quiere decir que antaño esto no fuera así. Lo que ocurrió es que a nuevos actores -importancia ingente de la TV- se sumó el contexto de la sociedad de la información. Escenario que hoy se ve *aggiornado* por las redes sociales.

En esta disputa de comunicadores y opinión pública, la política pareció quedar en un segundo plano. Decir sin contenido e imágenes superficiales fueron el norte al que se dirigieron cada vez más los capitanes de las campañas partidarias.

Algunas acciones concretas, como el dictado de la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual y la Ley de Democratización de la representación política, la transparencia y la equidad electoral (26.571), llevaron al primer plano la incidencia de la política en los procesos electorales.

Pero la política no puede prescindir de los medios. Una verdad de Perogrullo. Los medios muestran -a su manera- el mundo a los ciudadanos que no tienen una experiencia de primera mano de él. Los medios construyen la realidad social públicamente relevante, que no es poco. Por ello es cardinal indagar y comprender en la relación del sistema de medios, el campo político y la opinión de los ciudadanos. Entre los tres se retroalimentan y unos producen nuevos

Año de vigencia: 2022

Lic. ADRIÁN EDUARDO DUPLATT  
Prof. Asoc. Comunicación Política  
Lic. en Com. Social - Fac. de Humanidades y CC.SS.  
U.N.P.S.J.B.

Profesor Responsable:  
(Firma Aclarada)

VISADO

DECANO	SECRETARIO ACADÉMICO FACULTAD	JEFE DE DEPARTAMENTO
FECHA	FECHA	FECHA

discursos y actos que son producto y productores de los discursos y acciones de los otros.

Es así que hacer comprender a los alumnos la comunicación social que explica lo político será una de las aspiraciones de la cátedra.

Para llevar a cabo dicha tarea, en Comunicación Política comenzaremos a estudiar y definir al espacio público a lo largo de la historia, desde la antigua Grecia con sus ágoras, hasta la actualidad con sus redes sociales.

La asignatura seguirá con la definición de algo tan inasible y variopinto como la idea de opinión pública. Se verán sus primeras apariciones como concepto político, las distintas teorías que la definen en su derrotero histórico y los debates contemporáneos.

Asimismo, se verá la categoría de propaganda y su uso en distintos sistemas políticos.

La mercadotecnia, las campañas electorales, el diseño y su análisis, las encuestas y los sondeos de opinión pública, marcarán el sendero de una unidad completa del programa.

Por último, se estudiará la relación promiscua entre opinión pública y medios de comunicación. La mutua influencia entre ellos será un punto crucial en este momento de la cursada. En este sentido se indagará en los nuevos medios y en su interacción con las redes sociales y su incidencia en la calidad democrática y en la formación de nuevos espacios públicos.

## 2. OBJETIVOS

Estudiar el concepto de opinión pública y su relación con la política y los medios.

Indagar en las distintas definiciones de la opinión pública según las épocas y según los distintos autores.

Examinar la idea de espacio público a lo largo de la historia,

Desarrollar herramientas teóricas para analizar campañas políticas.

Aprender sobre el análisis de las mediciones de opinión público, tanto privadas como las publicadas en los medios.

Reforzar las capacidades de los alumnos para problematizar los elementos de la comunicación política.

Incentivar en los estudiantes la aplicación de lo aprehendido a un estudio del campo de la comunicación política y pública.

## 3. CONTENIDO

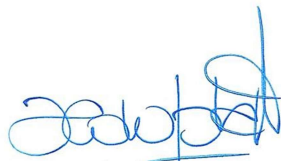
### Unidad I: Opinión Pública

*Evolución del espacio público: de la antigua Grecia a las redes sociales / Historia de la opinión pública. Conceptos. Teorías / La opinión pública en autores clásicos. N. Maquiavelo, J.J. Rousseau, A. de Tocqueville, J.S. Mills / La opinión pública en autores contemporáneos. E. Noelle-Neumann, J. Habermas, N. Luhman.*

#### Bibliografía:

Barrionuevo, Sergio Javier y Rodríguez, Yésica: "El concepto de 'espacio público' en Habermas: algunas observaciones a partir del caso ateniense", Daimon. Revista Internacional de Filosofía, nº 77, 2019

Año de vigencia: 2022



Lic. ADRIÁN EDUARDO DUPLATT  
Prof. Asoc. Comunicación Política  
Lic. en Com. Social - Fac. de Humanidades y CC.SS.  
U.N.P.S.J.B.

Profesor Responsable:  
(Firma Aclarada)

VISADO

DECANO	SECRETARIO ACADÉMICO FACULTAD	JEFE DE DEPARTAMENTO
FECHA	FECHA	FECHA

Berroeta Torres, Héctor y Vidal Moranta Tomeu: "La noción de espacio público y la configuración de la ciudad: fundamentos para los relatos de pérdida, civilidad y disputa", en Polis. Revista Latinoamericana, nro. 31, 2012.

Borrel Merlín, María Dolores: "Hannah Arendt: la política como espacio público". VII Congreso Español de Ciencia Política y de la Administración: Democracia y Buen Gobierno, 21-23 de septiembre de 2005.

D'Almeida, Nicole (coord.): La opinión pública. Buenos Aires, La Crujía, 2008.

Dader, José Luis: "Las teorías contemporáneas" en Alejandro Muñoz Alonso et. al.: Opinión pública y Comunicación política, Eudema, Madrid, 1990.

De Tocqueville, Alexis: La democracia en América. Madrid. Alianza, 1981.

Di Pego, Anabella: "Pensando el espacio público desde Hannah Arendt: Un diálogo con las perspectivas feministas", en Question, vol.1, nro. 11, 2006.

Rey Morató, Javier: Democracia y posmodernidad. Teoría general de la información. Madrid, Editorial Complutense, 1996.

Habermas, Jürgen: Historia y crítica de la opinión pública. Investigaciones sobre una categoría de la sociedad burguesa. Barcelona, Gustavo Gili, 1990.

Mill, John Stuart: Sobre la libertad. Madrid, Hyspamérica, 1986.

Monzón Arribas, Cándido: "Orígenes y primeras teorías sobre la opinión pública: el liberalismo y el marxismo", en Revista de Estudios Políticos, nro. 44, marzo-abril de 1985.

NICOLÁS MAQUIAVELO: El Príncipe. Madrid, Alianza, 1981

Monzón, Cándido: Opinión pública, comunicación y política. Madrid, Tecnos, 1996.

Nöelle Neumann, Elisabeth : La espiral del silencio. Barcelona, Paidós, 1995.

Price, Vincent: Opinión pública. Barcelona, Paidós, 1994.

Somohano Fernández, Abel: "Ruta crítica en torno al concepto de esfera pública: una aproximación teórica e histórica para el rescate de su dimensión emancipadora", en Razón y Palabra, nro. 76, mayo y junio de 2011.

Sopena Palomar, Jordi: "El fenómeno de la opinión pública: líneas de investigación en Europa", en Ruta, nro. 001, 2008.

Zeifer, Bárbara: "Deliberación, representación y participación ciudadana en el espacio público virtual", en Estudios Sociales, nro. 51, julio-diciembre de 2016.

## Unidad II: Comunicación pública, propaganda y democracia

*Propaganda. Definición. Historia / La opinión pública y los medios de comunicación. Teorías de los efectos de los medios / Agendas pública, mediática y política. Medios, redes sociales y democracia. Nuevos espacios públicos.*

### Bibliografía:

Alonso Méndiz Noguero: "Diferencias conceptuales entre publicidad y propaganda: una aproximación metodológica", en Questiones Publicitarias, nro. 12, 2008.

Alvarado Chávez y otra: "Nuevas plataformas y nuevas dinámicas de comunicación en la política: Caso del meme "Rayo correizador"", en Alcance. Revista Cubana de Información y Comunicación, nro. nro. 20, mayo-agosto de 2019.

Aruguete, Natalia: El poder de la agenda. Biblos, 2015.

Berlín Villafaña, I. (2008). "Medios de comunicación y procesos electorales: los monitoreos de medios", en Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, 50(202). <https://doi.org/10.22201/fcpys.2448492xe.2008.202.42601>

Botero Montoya, Luis Horacio: "Comunicación política, comunicación pública y democracia, un cruce de caminos", en Global Media Journal, nro. 6, otoño de 2006. <http://gmje.mty.itesm.mx/botero.htm>

De Moragas Spa, Miquel: Sociología de la comunicación de masas. iii. Propaganda política y opinión pública. Barcelona, Gustavo Gili, 1985.

Echeverría, M. & González, R.: "Estudio introductorio. La democracia en crisis, la comunicación política en crisis", en Echeverría, Martín y González, Rubén (coords.), en

Año de vigencia: 2022

Lic. ADRIÁN EDUARDO DUPLATT  
Prof. Asoc. Comunicación Política  
Lic. en Com. Social - Fac. de Humanidades y CC.SS.  
U.N.P.S.J.B.

Profesor Responsable:  
(Firma Aclarada)

VISADO

DECANO	SECRETARIO ACADÉMICO FACULTAD	JEFE DE DEPARTAMENTO
FECHA	FECHA	FECHA

Comunicación, política y crisis de la democracia. Nuevos entornos y desafíos, México, Tirant Humanidades, 2018)

Ferry, Jean Marc y otro: El nuevo espacio público. Barcelona, Gedisa, 1995.

Fernández, Mariano: "Un complejo salvaje. Persistencia del espacio público en la era de las redes sociales", en Inmediaciones, nro. 89, enero-junio de 2018.

González, Gustavo y otros: "Las redes sociales como el nuevo espacio público y la configuración de un contrapoder", en Actas de Periodismo y Comunicación, vol. 2, nro. 1, diciembre de 2016, UNLP.

Islas, Octavio: "La importancia que hoy y mañana admiten las redes sociales virtuales", en Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación, nro. 141, agosto - noviembre 2019.

Martínez-Bascuñán, Máriam: "Democracia y redes sociales: el ejemplo de Twitter", en Revista de Estudios Políticos (nueva época), nro. 168, abril-junio de 2015.

Mendé, Ma. Belén y otra: "La comunicación política: un espacio de confrontación", en Comunicar, nro. 13, 1999.

Migliucci, Darío: "Opinión pública y propaganda: su definición, interpretación y significado en los estados unidos de la primera posguerra (1918-)", en Historia y Política, nro. 40, 2018. <https://recyt.fecyt.es/index.php/Hyp/article/view/58618/41347>

Muraro, Heriberto: Políticos, periodistas y ciudadanos. Buenos Aires, FCE, 1998.

Pizarroso Quintero: "La historia de la propaganda. Una aproximación metodológica", en Historia y Comunicación Social, nro. 4, 1999.

Santillán Buena, José Ramón: "Teorías de la comunicación y opinión pública", en Razón y Palabra, nro. 90, junio-agosto de 2015.

Wolf, Mauro: La investigación de la comunicación de masas. Barcelona. Paidós, 1987.

Zeifer, Bárbara: "Deliberación, representación y participación ciudadana en el espacio público virtual", en Estudios Sociales, nro. 51, julio-diciembre de 2016.

### Unidad III: Medición de la opinión pública

*Campañas electorales, estrategias para su diseño y análisis / Mercadotecnia. Encuestas y sondeos de opinión. Análisis. Usos y difusión / Los estudios de opinión pública en los medios.*

#### Bibliografía:

Amadeo, Belén y otra: "La publicación de las encuestas. Pautas y hábitos de consultores y periodistas", en Revista Mexicana de Opinión Pública, nro. 27, julio - diciembre de 2019.

Amado Suárez, Adriana y otros: Manual de Marketing y Comunicación Política. Acciones para una buena comunicación de gobiernos locales. Buenos Aires, Konrad Adenauer Stiftung, 2018.

Calvo, Ernesto y otro: "Mediciones electorales. Fin de ciclo para las encuestas", revista Anfibia, Univ. Nac. de San Martín. <http://revistaanfibia.com/ensayo/fin-de-ciclo-para-las-encuestas/>

Calvo, Ernesto: "Campaña sucia y Twitter. La grieta es un algoritmo", revista Anfibia, Univ. Nac. de San Martín. <http://revistaanfibia.com/ensayo/la-grieta-es-un-algoritmo/>

Di Natale, Martín: Cómo cubrir una campaña electoral y no morir en el intento. Manual para cobertura electoral. Guatemala, Fundación Konrad Adenauer, 2011.

Duplatt, Adrián: "Las encuestas y la prensa", en Narrativas, [www.narrativas.com.ar](http://www.narrativas.com.ar)

Feldman, Saúl: La conquista del sentido común. Cómo planificó el macrismo el "cambio cultural". Buenos Aires, Ediciones Continente, 2019.

Guanipa, Moraina: "La encuesta periodística: otra forma del género entrevista", en Apuntes sobre Periodismo. Blog de asignaturas de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central de Venezuela, 2014.

Fidanza, Andrés: "El mercado de las encuestas. Nadie lo hace por amor", revista Anfibia, Univ. Nac. de San Martín. <http://revistaanfibia.com/ensayo/nadie-lo-hace-por-amor/>

Mc Combs, Maxwell: Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento. Barcelona, Paidós, 2006.

Mechet, Philippe: "Cómo se interpreta una encuesta", en Cuadernos de Información, nro.

Año de vigencia: 2022

Lic. ADRIÁN EDUARDO DUPLATT  
Prof. Asoc. Comunicación Política  
Lic. en Com. Social - Fac. de Humanidades y CC.SS.  
U.N.P.S.J.B.

Profesor Responsable:  
(Firma Aclarada)

VISADO

DECANO	SECRETARIO ACADÉMICO FACULTAD	JEFE DE DEPARTAMENTO
FECHA	FECHA	FECHA

8, 1993.

Miralles, Ana María: Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana. Norma, Bogotá, 2002.

Mora y Araujo, Manuel y otro: El análisis de datos en la investigación social. Buenos Aires, Nueva Visión, 1971.

Orozco Gómez, Guillermo (coord.): Recepción y mediaciones. Casos de investigación en América Latina. Buenos Aires, Norma, 2002.

Patterson, Thomas: "El manejo de las encuestas electorales: consejos para periodistas", Red Ética - FNPI, <https://fundaciongabo.org/es/etica-periodistica/recursos/el-manejo-de-las-encuestas-electorales-consejos-para-periodistas>

Rey Lennon, Federico y otro: Pequeño manual de encuestas de opinión pública. Buenos Aires, La Crujía, 2003.

Stevenson, Robert L.: "De la universidad a la práctica del periodismo de precisión", en revista Telos, nro. 36, diciembre - febrero de 93 - 94.

#### 4. METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA

La metodología estará enmarcada en la modalidad de virtualidad, por lo que algunas modalidades serán adaptadas a esta situación.

En el inicio de la clase, el docente realizará una exposición teórica sobre el tema del día, que será asignado de acuerdo al programa de la asignatura.

Los teóricos serán impartidos en la primera clase de la semana, a fin de posibilitar la realización del trabajo práctico en el encuentro siguiente. Sin embargo, si la complejidad del tema lo amerita, o si se producen discusiones, polémicas o debates entre los alumnos o alumnos y docente, el tiempo podrá prolongarse y el práctico se hará como tarea en sus casas.

Los ayudantes de cátedra igualmente participarán de los teóricos o expondrán los temas previamente investigados.

##### Exposiciones

Los alumnos se dividirán en grupos para trabajar a lo largo de la cursada y prepararán un tema que se les asignará. Serán asesorados y recibirán bibliografía por parte de los docentes. Las exposiciones se desarrollarán durante la primera hora del tiempo asignado a la clase.

Las mismas tendrán la modalidad que el grupo estime conveniente al tema.

Se permitirán soportes orales, escritos, audiovisuales y escenificaciones.

El contenido no podrá estar huérfano de información -estilo periodístico (informativo o de opinión)- y apoyo bibliográfico -del programa de la asignatura y otro que el grupo considere oportuno, así como revistas o grabaciones de televisión o radio- y ejemplos ilustrativos de los medios de comunicación.

Al finalizar la exposición el equipo docente evaluará el desempeño de los alumnos, para lo que tendrá en cuenta:

- Nivel de información
- Ejemplos de los medios de comunicación (sobre todo, escritos)
- Apoyo bibliográfico
- Originalidad en la presentación
- Claridad en la exteriorización de ideas, datos y argumentos

##### Trabajos prácticos en el aula

Año de vigencia: 2022

Lic. ADRIÁN EDUARDO DUPLATT  
Prof. Asoc. Comunicación Política  
Lic. en Com. Social - Fac. de Humanidades y CC.SS.  
U.N.P.S.J.B.

Profesor Responsable:  
(Firma Aclarada)

VISADO

DECANO	SECRETARIO ACADÉMICO FACULTAD	JEFE DE DEPARTAMENTO
FECHA	FECHA	FECHA

Se podrán realizar en forma grupal o individual, según indiquen los docentes.

Los prácticos podrán consistir en preguntas teóricas, análisis de textos o la realización de someros trabajos de campo.

Para facilitar la evaluación final del proceso de aprendizaje, los trabajos se calificarán de acuerdo a la siguiente escala:

- \* APROBADO (+) : Nota alta para promoción
- \* APROBADO : Nota para promoción
- \* APROBADO (-) : Nota para concepto
- \* REHACER : Nota para recuperación
- \* DESAPROBADO : Nota final (sin posibilidad de recuperación)

### Trabajos prácticos extensos (investigaciones)

La cátedra podrá exigir los trabajos de investigación que estime necesarios, con la temática, modalidad y plazos de entrega oportunamente acordados con los alumnos.

### Parciales

Los parciales serán escritos, individuales y constarán de:

- La información de las exposiciones grupales.
- Los temas de los trabajos prácticos del aula.
- Los temas de los trabajos prácticos extensos.
- Las fichas y exposiciones del equipo docente.
- La bibliografía de la cátedra.
- Cualquier acontecimiento importante en la agenda de los medios, que ocurra en la semana inmediata anterior a la fecha de la evaluación.

Salvo acuerdo previo entre docentes y alumnos, el parcial consistirá en preguntas teóricas de conceptos puntuales y el análisis de un artículo periodístico referido a temas de opinión pública. La recuperación se realizará -con similares condiciones- una semana después de notificarse el resultado del parcial.

Los exámenes se aprobarán con un mínimo de seis (6) puntos para la promoción.

### Asistencia

Se exigirá, en el caso de las promociones, el 75% de la asistencia a los trabajos prácticos y teóricos de la cátedra, siempre con las contemplaciones propias de la situación de pandemia.

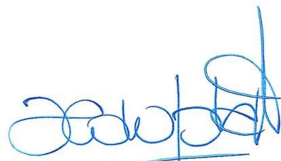
### Coloquio final

Los estudiantes que aprobaran los exámenes parciales, y cumplan con la asistencia y trabajos prácticos aprobados, accederán al coloquio final.

El coloquio consistirá en la integración de la asignatura en el año cursado, en cuanto a la agenda de los medios y las tendencias y tratamientos informativos verificados en los mismos. Se podrá exigir comprobación de lectura de la bibliografía, con una modalidad a convenir con los alumnos.

## 5. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN

Año de vigencia: 2022



Lic. ADRIÁN EDUARDO DUPLATT  
Prof. Asoc. Comunicación Política  
Lic. en Com. Social – Fac. de Humanidades y CC.SS.  
U.N.P.S.J.B.

Profesor Responsable:  
(Firma Aclarada)

VISADO

DECANO	SECRETARIO ACADÉMICO FACULTAD	JEFE DE DEPARTAMENTO
FECHA	FECHA	FECHA

### 5.1. Obtención de concepto

Para aprobar la materia se exigirá:

- 75% de los prácticos aprobados (en caso de promoción)
- 70% de los prácticos aprobados (en caso de cursado)
- 75% de asistencia
- 100% de parciales aprobados con un mínimo de seis (6) puntos
- Aprobación del coloquio final (en caso de promoción)

La nota final será el promedio de la nota de los parciales, del coloquio (en caso de promoción) y una nota de concepto (prácticos aprobados, asistencia, exposiciones, seguimiento del alumno a lo largo del año -evolución-).

El alumno que no alcance a promocionar y reúna las demás condiciones de alumno regular, podrá rendir el examen final correspondiente.

### 5.2. Promoción sin examen final

Explicitado en el punto anterior (5.1)

### 5.3. Examen final de alumnos regulares

El examen final del alumno regular consistirá en la preparación completa de una unidad del programa de la cátedra, su exposición y análisis, con ejemplos de la actualidad informativa de los medios de comunicación. Se valorará la integración de temas regionales en las exposiciones.

De aprobar el paso anterior, el alumno será interrogado someramente sobre los distintos puntos del programa. De tener dudas sobre la aprobación de la unidad elegida, la interpelación sobre el resto del programa será más rigurosa.

El alumno deberá tener presente la actualidad de los medios en los días previos al examen.

### 5.4. Examen final de alumnos libres

El alumno libre deberá presentar un trabajo escrito previamente convenido con el equipo docente.

El trabajo básicamente consistirá en la investigación en profundidad de un tema regional, la manera en que se cruzan en él los ejes de la cátedra y su tratamiento periodístico.

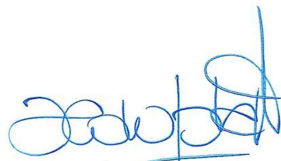
Deberá preparar en forma completa una unidad del programa de la asignatura, exponerla y analizarla, con ejemplos de la actualidad informativa de los medios de comunicación. Se considerarán sus relaciones con la actualidad regional.

El alumno será interrogado en forma detallada sobre otras unidades del programa y sobre su archivo personal.

El alumno deberá tener presente la realidad informativa de los medios en los días previos al examen.

## 6. ARTICULACIONES CURRICULARES

Año de vigencia: 2022



Lic. ADRIÁN EDUARDO DUPLATT  
Prof. Asoc. Comunicación Política  
Lic. en Com. Social - Fac. de Humanidades y CC.SS.  
U.N.P.S.J.B.

Profesor Responsable:  
(Firma Aclarada)

VISADO

DECANO	SECRETARIO ACADÉMICO FACULTAD	JEFE DE DEPARTAMENTO
FECHA	FECHA	FECHA

-----

## 7. ALUMNOS EN SITUACIÓN DE TERMINALIDAD

Los alumnos que se encuentren en situación de terminalidad deben entrevistarse con el equipo de cátedra, el que proveerá los recursos bibliográficos digitales para que prepare algunos temas del programa y presente un trabajo de periodismo en profundidad (reportaje). Por correo electrónico igualmente se pueden consultar y pedir las condiciones de terminalidad.

## 8. ESPECIFICACIONES CURRICULARES ORIENTADAS A LA ATENCIÓN DE ALUMNOS DE OTRAS CARRERAS DE ORIGEN

-----

## 9. PROPUESTA DE FORMACIÓN DE RECURSOS

La cátedra se propone formar recursos de investigación con los alumnos y que para ello combinen la práctica periodística y la rigurosidad académica en temas de comunicación política. Se elaborarán proyectos de investigación a tal fin.

También se buscará realizar seminarios afines a los temas de la cursada para generar entre los alumnos ayudantes una formación afín a la asignatura.

## 10. ACTIVIDADES DE EXTENSIÓN Y DE INVESTIGACIÓN PREVISTAS

Conjuntamente con Taller de Producción de Contenidos, Análisis de la Información y Periodismo Digital, se continuará con otras dimensiones del proyecto sobre delito y medios de comunicación en Comodoro Rivadavia, v.gr., un mapa mediático del delito.

## 11. BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA POR UNIDAD

### 11.1. Bibliografía específica por unidad

La bibliografía está especificada en cada unidad del punto 3. Contenidos.

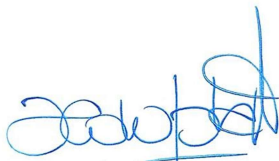
### 11.2. Bibliografía general complementaria

Contemplada en el punto anterior (11.1). La distinción entre bibliografía específica y complementaria está igualmente aclarada en el sitio de la cátedra (Narrativas.com.ar) y en la bibliografía digital aportada por la cátedra.

## 12. ACTIVIDADES PRÁCTICAS, SALIDAS DE CAMPO Y PRÁCTICAS PROFESIONALES DETALLADAS

Está previsto que los alumnos cubran acontecimientos en la ciudad, así sea en sus barrios de residencia, como la cobertura de conferencias de prensa, eventos políticos, etc., en épocas electorarias o cuando los medios incorporen a sus agendas temas de comunicación política, encuestas o sondeos.

Año de vigencia: 2022



Lic. ADRIÁN EDUARDO DUPLATT  
Prof. Asoc. Comunicación Política  
Lic. en Com. Social – Fac. de Humanidades y CC.SS.  
U.N.P.S.J.B.

Profesor Responsable:  
(Firma Aclarada)

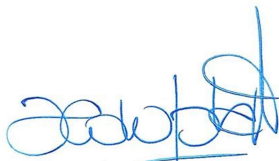
VISADO

DECANO	SECRETARIO ACADÉMICO FACULTAD	JEFE DE DEPARTAMENTO
FECHA	FECHA	FECHA

### 13. USO DE RECURSOS VIRTUALES

Durante el cursado se utilizará el aula informática de la Facultad, correo electrónico, twitter y el sitio de la materia (Narrativas.com.ar). Todo el material de la asignatura se encuentra digitalizado, se armarán presentaciones en Power Point y videos para YouTube...

Año de vigencia: 2022



Lic. ADRIÁN EDUARDO DUPLATT  
Prof. Asoc. Comunicación Política  
Lic. en Com. Social – Fac. de Humanidades y CC.SS.  
U.N.P.S.J.B.

Profesor Responsable:  
(Firma Aclarada)

VISADO

DECANO	SECRETARIO ACADÉMICO FACULTAD	JEFE DE DEPARTAMENTO
FECHA	FECHA	FECHA