

**CS - 111 / 2025**

HURLINGHAM, 21/05/2025

VISTO la Ley de Educación Superior N° 24.521, el Estatuto de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE HURLINGHAM, el Reglamento Interno del Consejo Superior, Resolución del Consejo Superior 157/2020, el Reglamento Interno de Actividades de Capacitación de la Universidad Nacional de Hurlingham aprobado por Resolución C.S.N° 38/18, y el expediente N° 394/2025 del registro de esta Universidad, y

**CONSIDERANDO:**

Que por el art. 280 de la Ley 24.521 de Educación Superior, se manifiesta que son funciones básicas de las Instituciones Universitarias formar y capacitar científicos, profesionales, docentes y técnicos, capaces de actuar con solidez profesional, responsabilidad, espíritu crítico y reflexivo, mentalidad creadora, sentido ético y sensibilidad social, atendiendo a las demandas individuales, en particular de las personas con discapacidad, desventaja o marginalidad, y a los requerimientos nacionales y regionales; Promover y desarrollar la investigación científica y tecnología, los estudios humanísticos y las creaciones artísticas; Crear y difundir el conocimiento y la cultura en todas sus formas; Preservar la cultura nacional; Extender su acción y sus servicios a la comunidad, con el fin de contribuir a su desarrollo y transformación, estudiando en particular los problemas nacionales y regionales y prestando asistencia científica y técnica al Estado y a la comunidad.

Que la UNIVERSIDAD NACIONAL DE HURLINGHAM tiene como una de sus misiones, contribuir al desarrollo local y nacional, a través de la producción y distribución equitativa de conocimientos, de acuerdo a lo dispuesto en el Estatuto Académico vigente. Y que según su art. 36º asume la extensión como una de sus funciones sustantivas, acercando sus acciones y servicios a la comunidad con el fin de contribuir a su desarrollo y transformación, a través de la organización de actividades abiertas como de la prestación de asistencia científica y técnica y/o la elaboración de proyectos conjuntos con la comunidad y con las instituciones y organismos vinculados con los temas y problemas que integran las áreas disciplinarias de incumbencia de la Universidad.

**CS - 111 / 2025**

Que en Resolución del Consejo Superior 157/2020 se aprobó el Proyecto “Centro Tecnológico para el Trabajo y la Producción” con el objeto de propiciar una mirada estratégica, sistémica, integrada y sustentable de la Educación Técnico Profesional (ETP) para y en el trabajo, en el contexto local y regional, a través de la creación de un Centro y de capacitación vinculados a la producción y al trabajo, en la localidad de Hurlingham y alrededores, incorporados a la oferta permanente de actividades de formación de la Universidad.

Que conforme se desprende de la mencionada resolución 157/2020 el funcionamiento del “Centro Tecnológico para el Trabajo y Producción” implica una inserción en la comunidad.

Que tal como surge de la Resolución CS N°005/2021 (desglose de la Secretaría de Bienestar y Servicios a la Comunidad) corresponde a la SECRETARIA DE SERVICIOS A LA COMUNIDAD –entre otras- la función específica (inciso a) de “Diseñar las estrategias y programas de extensión y/o voluntariado Universitario que surjan a partir de diversas iniciativas y que se determinen relevantes para la creación de proyectos de vinculación comunitaria”. Quedando así a cargo de su competencia el funcionamiento del Centro Tecnológico para el Trabajo y la Producción.

Que por tanto, deberá la SECRETARIA DE SERVICIOS A LA COMUNIDAD tomar la atribución conferida y propiciar en cada ciclo las propuestas correspondientes.

Que a través del expediente N° 394/2025, la Secretaría de Servicios a la Comunidad eleva al Rector la propuesta del plan de estudio para la "DIPLOMATURA EN COMUNICACIÓN POLÍTICA Y TECNOLOGÍAS", para su consideración.

Que analizado el mismo, el Rector lo remite para su tratamiento por la Comisión de Enseñanza atenta a lo establecido en el artículo 29 del Reglamento Interno del Consejo Superior.

**CS - 111 / 2025**

Que se iniciará el trámite de validez nacional correspondiente de la certificación emitida, según normativa nacional vigente.

Que resulta necesaria la aprobación de la diplomatura mencionada.

Que la presentación de la misma cuenta con visto favorable de la Comisión de Enseñanza de este Consejo Superior.

Que LA DIRECCIÓN GENERAL DE ASUNTOS LEGALES tomó la intervención en el marco de su competencia.

Que corresponde al Consejo Superior aprobar las actividades de capacitación de la Universidad Nacional de Hurlingham, incluyendo entre dichas actividades las diplomaturas, de acuerdo al artículo 7 de la Resolución 038/18 del Reglamento Interno de las Actividades de Capacitación de la Universidad Nacional de Hurlingham.

Que el artículo 55 del Estatuto establece que el Rector integrará el Consejo Superior.

Que por Resolución de la Asamblea Universitaria N° 02/2023 se designó al Mg. Jaime Perczyk como Rector de la Universidad Nacional de Hurlingham.

Que la presente medida se dicta en uso de las facultades conferidas por el Estatuto de la Universidad Nacional de Hurlingham, Art 7 de RCS 38/18 y el Reglamento Interno del Consejo Superior.

**CS - 111 / 2025**

Por ello,

**EL CONSEJO SUPERIOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE HURLINGHAM**

**RESUELVE:**

**ARTÍCULO 1º.-** Crear la "DIPLOMATURA EN COMUNICACIÓN POLÍTICA Y TECNOLOGÍAS" de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE HURLINGHAM.

**ARTÍCULO 2º.-** Aprobar el Plan de Estudios de dicha Diplomatura, que se acompaña en el Anexo único formando parte de la presente Resolución.

**ARTÍCULO 3º.-** Aprobar las certificaciones correspondientes a las unidades que integran el trayecto formativo de "DIPLOMATURA EN COMUNICACIÓN POLÍTICA Y TECNOLOGÍAS"

**ARTÍCULO 4º.-** Regístrese, comuníquese y archívese.

# DIPLOMATURA EN COMUNICACIÓN POLÍTICA Y TECNOLOGÍAS

## Alcance del perfil profesional

Las personas diplomadas en Comunicación Política y Tecnologías estarán capacitadas, de acuerdo con las actividades que se desarrollan en el perfil profesional, para crear, implementar, dirigir y/o evaluar **estrategias integrales de comunicación política** para procesos electorales o de gestión, instituciones públicas, privadas y cooperativas, para organizaciones sociales, políticas, sindicales, de Derechos Humanos, ambientalistas, medios comunitarios, públicos o comerciales, colectivos de arte, emprendimientos, microemprendimientos, referentes políticos, dirigentes, periodistas, científicos, artistas o influenciadores.

Podrán realizar análisis de comunicación con procesamiento de macrodatos y utilizar los resultados de esos estudios como insumo relevante para la elaboración de procesos estratégicos de comunicación.

Estarán capacitados y capacitadas para coordinar procesos de trabajo de equipos de comunicación y tecnologías en función de la estrategia definida, como también para formar parte de equipos de comunicación analógica y/o digital en la gestión de plataformas y desarrollo de proyectos.

Comprenderán la dimensión tecnopolítica de la comunicación de la actual etapa histórica, sus similitudes y diferencias con otras etapas históricas, el rol de los algoritmos, su relación con los procesos de subjetivación y las posibilidades de desplegar sensibilidades y soberanías de los pueblos en la comprensión y apropiación creativa del conocimiento acerca de la era digital.

## TRAYECTO FORMATIVO

El trayecto formativo de este profesional se compone de diez unidades.

Las unidades 1,2,3 y 4 componen el **Seminario de Comunicación Digital y Tecnologías**, de 60 horas.

Este seminario se certificará en forma independiente una vez cursadas y aprobadas las unidades que lo componen.

Quienes completen y aprueben el trayecto completo de la propuesta, recibirán el Certificado de **Diplomado/a en Comunicación Política y Tecnologías**.

| <b>DIPLOMATURA EN COMUNICACIÓN POLÍTICA Y TECNOLOGÍAS</b><br><b>160 Hs</b>   |   |  |  |  |  |
|--|---|--|--|--|--|
| <b>CERTIFICACIÓN DIPLOMADO EN COMUNICACIÓN POLÍTICA Y TECNOLOGÍAS</b><br><b>SEMINARIO DE COMUNICACIÓN DIGITAL Y TECNOLOGÍAS – 60 HS.</b> | 10 Hs                                   | Unidad 1: La era digital en tiempo y espacio                                 | Ciudadanía digital y democracia.   |  |  |
|  |   |  | Concentración mediática en la era del tecno feudalismo.  |  |  |
|  | 30 Hs                                   |  | El rol de las plataformas.   |  |  |
|  |   |  | La transformación de la comunicación conceptualizada como una mutación antropológica.  |  |  |
|  | Unidad 2: Comunicación multiterritorial | Proyectos integrales de comunicación estratégica. Lo analógico y lo digital. |  |  |  |
|  |   | Nuevos lenguajes: texto, imagen fija, meme, sticker, audio/podcast, video.   |  |  |  |
|  |   | Plataformas y ecosistemas digitales  |  |  |  |
|  | 10 Hs                                   | Unidad 3: Introducción crítica a las tecnologías emergentes                  | Comunidades digitales  |  |  |
|  |   |  | Desarrollo de tecnologías soberanas en América Latina: una memoria necesaria   |  |  |
|  |   |  | Breve historia de la IA y la automatización. Qué es IA y qué no lo es. Términos clave (machine learning, NLP, deepfakes, algoritmos). Desmitificación: límites y potenciales reales. |  |  |
|  |   |  | Tecnologías de procesamiento de datos para las analíticas de la conversación social digital.   |  |  |
|  |   |  | Dilemas éticos: autoría, veracidad, sesgos, desinformación.  |  |  |
|  | 10 Hs                                   | Unidad 4: Tecnologías y comunicación   | Herramientas de mercado (ChatGPT, GAMMA, DALL·E, Synthesia, Otter, etc.) y herramientas de software libre.   |  |  |
|  |   |  | Casos de uso: Elaboración y gestión de proyectos, analíticas, generación de textos, imágenes, subtítulos, etc.   |  |  |
|  | 10 Hs                                   | Unidad 5: Un recorrido por la historia de la comunicación política           | La comunicación política en la Argentina   |  |  |
|  |   |  | La comunicación política en América Latina y en el mundo   |  |  |
|  | 20 Hs                                   | Unidad 6: Analíticas digitales y estudios cuantitativos y cualitativos de    | Analíticas en la territorialidad digital   |  |  |
|  |   |  | Plataformas de procesamiento de macrodatos para el análisis de las agendas política, mediática y social  |  |  |

|          |  |  |  |
|----------|--|--|--|
|          |  | comunicación política  | Encuestas, grupos focales, entrevistas en profundidad<br>Definiciones estratégicas en función de las lecturas de analíticas y estudios |
| 20<br>Hs | Unidad 7:<br>Tecnopolítica                             | ¿Qué es la tecnopolítica?  |  |
|          |  | Plataformas digitales como campo de batalla político                                       |  |
|          |  | Ciudadanía digital, control y resistencia  |  |
|          |  | Desinformación, manipulación y tecno poder   |  |
| 20<br>Hs | Unidad 8:<br>Campañas electorales                      | La campaña electoral como dispositivo de comunicación                                      |  |
|          |  | El ecosistema digital y sus reglas del juego   |  |
|          |  | Segmentación, microtargeting y datos   |  |
|          |  | Influencers, comunidades y tecnopolítica   |  |
|          |  | Estrategia de contenidos y narrativas  |  |
|          |  | Desinformación, fake news y estrategias de respuesta                                       |  |
| 20<br>Hs | Unidad 9:<br>Comunicación de gestión                   | Fundamentos de la comunicación de gestión  |  |
|          |  | Arquitectura comunicacional de un gobierno   |  |
|          |  | Comunicación con ciudadanía: cercanía, claridad y participación                            |  |
|          |  | Estrategia de contenidos y planificación   |  |
|          |  | Crisis y contingencias   |  |
|          |  | Evaluación, métricas y mejora continua   |  |
| 10<br>Hs | Unidad 10:<br>Comunicación y participación democrática | La comunicación como derecho y como práctica democrática                                   |  |
|          |  | Participación democrática: formas, niveles y sentidos                                      |  |
|          |  | Plataformas digitales, redes y nuevas formas de participación                              |  |
|          |  | Comunicación comunitaria y experiencias multi-territoriales (territorios físico y digital) |  |
|          |  | Ética, poder y disputas de sentido   |  |

## TRAYECTO FORMATIVO DE LA CERTIFICACIÓN

### UNIDAD 1: La era digital en tiempo y espacio

Carga horaria: 10 Hs

#### Objetivos:

Situar el momento histórico que habitamos desde una perspectiva tecnopolítica y comunicacional.

Comprender cómo la digitalización transforma el espacio, el tiempo y la subjetividad en el escenario contemporáneo.

Analizar las dinámicas de poder y concentración que configuran el ecosistema digital actual.

Reconocer la importancia de preservar la sensibilidad, el cuerpo y el sentido común como elementos centrales de la vida democrática.

**Contenidos temáticos:**

1. Una mutación histórica: de la esfera pública a la ubicuidad algorítmica  
De la plaza al feed: la transformación de lo público.  
Ubicuidad digital: vivir conectados todo el tiempo, en todas partes.  
Multitemporalidad digital: simultaneidad, fragmentación, aceleración.  
Lo inmediato como forma dominante del presente.  
¿Qué pasa con el cuerpo, el silencio, el deseo, la atención?
2. Ciudadanía digital y democracia: derechos y exclusiones  
Derecho a la comunicación, libertad de expresión y participación.  
Acceso, inclusión y alfabetización digital crítica.  
Protección de datos, privacidad y vigilancia.  
Gobernanza de internet: ¿quién decide cómo funciona lo digital?
3. La concentración de poder en el ecosistema digital  
De los medios a las plataformas: una nueva hegemonía.  
Capitalismo de plataformas vs. tecnofeudalismo (Varoufakis).  
Los datos como renta extractiva.  
Crisis de autonomía y pérdida de soberanía comunicacional.  
Plataformas como nuevos señores feudales del siglo XXI.
4. Mapeo de plataformas: arquitectura del territorio digital  
Plataformas de mercado: acceso (Uber, Rappi), infraestructura (AWS), redes sociales (Meta, TikTok).  
Plataformas de gestión colaborativa: Wikipedia, Github, Mastodon, PeerTube.  
Software libre, redes federadas y cooperativas digitales.
5. Transformaciones antropológicas de la comunicación  
Aceleración, automatización y disolución del lenguaje.  
Separación entre cuerpo y comunicación: pantallas, IA, dispositivos.  
El cognitariado y la explotación semiótica.  
Mutación de la sensibilidad humana: necesidad de reaprender empatía, escucha, lentitud y encuentro.

**UNIDAD 2: Comunicación Multiterritorial**

Carga horaria: 30 Hs

**Objetivos:**

- Superar la idea de comunicación como simple difusión y entenderla como dimensión constitutiva de los procesos sociales y políticos.  
Reconocer la complejidad del territorio digital y sus articulaciones con los espacios físicos, simbólicos y afectivos.  
Diseñar estrategias de comunicación que integren lenguajes analógicos y digitales, desde una perspectiva situada.  
Comprender el funcionamiento de los ecosistemas digitales, sus actores, sus lógicas de poder y sus posibilidades de transformación.

Estudiar la conformación de comunidades digitales y los modos de participación colectiva en contextos multiterritoriales.

Abordar críticamente las tecnologías emergentes, su narrativa dominante y su impacto en América Latina.

### **Contenidos temáticos:**

#### **1. Comunicación como territorio político**

De la difusión al diálogo: la comunicación como práctica de construcción social.

Territorios analógicos y digitales: superando la oposición entre lo “real” y lo “virtual”.

La memoria de la comunicación popular en América Latina como clave para pensar lo digital.

#### **2. Lenguajes digitales: leer, producir, intervenir**

Texto digital: escritura para pantallas, storytelling, redes sociales, SEO, escritura colaborativa.

Imagen fija: cultura visual, memes, infografías, diseño móvil, derechos de uso.

Audio y podcast: narrativa sonora, edición, circulación, accesibilidad, activismo.

Audiovisual: lenguaje fílmico, producción desde el celular, reels, minidocs, videoactivismo.

En todos los casos: uso crítico de herramientas accesibles y lectura política de las plataformas.

#### **3. Plataformas y ecosistemas digitales**

Tipologías de plataformas: mercado, redes sociales, software libre, colaborativas.

Algoritmos, personalización, feed y burbujas.

Concentración, dependencia, plataformización total.

Modelos de negocio, economía de la atención, extractivismo de datos.

Tecnofeudalismo y gobernanza privada del espacio digital.

#### **4. Comunidades digitales y acción colectiva**

¿Qué une a una comunidad digital? Causa, afecto, identidad, territorio.

Formas de comunidad: jerárquicas, distribuidas, efímeras, persistentes, algorítmicas, autogestionadas.

Participación y disputa: influencers, bots, trolls, activismos.

Ciberacción en América Latina: #NiUnaMenos, #SOSColombia, #CubaSalvaVidas, #LulaLivre.

Plataformas como escenario de lucha y riesgo de cooptación de los lenguajes del cambio.

#### **5. Tecnologías emergentes desde el Sur global**

IA, blockchain, 5G, metaverso: entre la promesa y el control.

¿Qué tecnologías queremos? ¿Para quién, desde dónde, con qué consecuencias?

Necesidad de pensamiento crítico latinoamericano ante la ola tecnológicamente determinada y determinista.

### **UNIDAD 3: Introducción crítica a las tecnologías emergentes**

Carga horaria: 10 Hs

### **Objetivos:**

Comprender qué se entiende por tecnologías emergentes y desnaturalizar su aura de novedad o inevitabilidad.

Analizar críticamente sus impactos sociales, económicos, culturales y políticos desde una perspectiva situada en América Latina.

Reconocer cómo las tecnologías emergentes reconfiguran el poder, el trabajo, la comunicación y la subjetividad.

Introducir debates actuales sobre inteligencia artificial, blockchain, automatización y vigilancia desde un enfoque ético, político y tecnosocial.

Articular el análisis tecnológico con preguntas sobre soberanía, justicia social y autonomía digital.

#### **Contenidos temáticos:**

##### **1. ¿Qué son las tecnologías emergentes?**

Definiciones, límites conceptuales y función en el relato del progreso.

El ciclo del hype y el fetichismo de la innovación.

Emergentes para quién: asimetrías globales y dependencia tecnológica.

##### **2. Breve historia crítica de la inteligencia artificial**

De la cibernetica al aprendizaje automático.

¿Qué hace una IA? Algoritmos, redes neuronales, procesamiento de lenguaje, generación de contenido.

Usos actuales: reconocimiento facial, moderación de contenidos, IA generativa, automatización laboral.

##### **3. Blockchain, 5G, metaverso y otras promesas tecnológicas**

¿Soluciones a qué problemas? Criptoeconomía, trazabilidad, descentralización.

Riesgos de concentración energética, extractivismo de datos, especulación y opacidad.

¿Para qué/quién sirve cada tecnología?

##### **4. Poder y subjetividad en la era algorítmica**

¿Quién decide lo que vemos, lo que sentimos, lo que creemos?

Automatización del sentido, pérdida del cuerpo, aceleración y desorientación.

Subjetividad capturada: deseo, atención, reconocimiento y miedo.

##### **5. Dilemas éticos y políticos**

Sesgos algorítmicos, racismo digital, automatización desigual.

Gobernanza algorítmica: ¿quién audita al algoritmo?

Transparencia, regulación, soberanía tecnológica.

Tecnologías de control vs. tecnologías para la vida digna.

#### **UNIDAD 4: Tecnologías y comunicación**

Carga horaria: 20 Hs

#### **Objetivos:**

Comprender las relaciones históricas, políticas y culturales entre las tecnologías y la comunicación.

Superar la idea de tecnología como simple herramienta y de comunicación como mera difusión.

Analizar la comunicación como práctica social mediada tecnológicamente, atravesada por infraestructuras, códigos, políticas y condiciones materiales.

Reconocer cómo las tecnologías condicionan y habilitan formas de decir, sentir, vincularse, trabajar y organizarse colectivamente.

Sentar las bases para una práctica comunicacional situada, crítica y tecnopolítica.

## **Contenidos temáticos:**

### 1. ¿Qué es “tecnología”? ¿Qué es “comunicación”?

Origen y transformación de ambos conceptos.

Comunicación como práctica social, no como envío de mensajes.

Tecnología como mediación cultural, ideológica y política, no como herramienta neutra.

Crítica a la concepción instrumental de ambos campos.

### 2. La co-construcción histórica entre comunicación y tecnología

Breve historia crítica de los medios: de la oralidad a los algoritmos.

Convergencias y rupturas: radio, televisión, prensa, internet.

De lo industrial a lo digital: plataformas, apps y dispositivos como nuevos “medios”.

Mutaciones en los lenguajes, los cuerpos, los tiempos y los modos de relación.

### 3. Infraestructura, política y diseño

¿Dónde está lo tecnológico? Cables, servidores, protocolos, plataformas, interfaces.

Comunicación como relación material y espacial: lo que se ve, lo que se oculta.

Diseño, código y arquitectura como lenguaje político: lo que se puede o no se puede hacer.

¿Quién decide cómo se comunica en lo digital?

### 4. Comunicación en tiempos de algoritmos y aceleración

Automatización del sentido y crisis de la palabra.

Viralidad, emociones intensificadas, saturación y fatiga informativa.

Lógicas de scroll, dopamina y recompensa.

¿Cómo comunicar sin perder sensibilidad, profundidad y pluralidad?

### 5. Comunicación popular, tecnologías y organización social

Experiencias latinoamericanas de apropiación crítica de tecnología.

Radios comunitarias, software libre, redes autogestionadas, comunicación campesina e indígena.

Comunicación como herramienta de organización, escucha, pedagogía y poder colectivo.

Tecnologías para la vida digna y la soberanía comunicacional.

La cursada de las primeras cuatro unidades de la Diplomatura habilita a la acreditación del **Seminario de Comunicación Digital y Tecnologías**, de 60 horas

## **UNIDAD 5: Un recorrido por la historia de la comunicación política**

Carga horaria: 10 Hs

### **Objetivos:**

Reconstruir los principales momentos históricos de la comunicación política en América Latina como campo de disputa simbólica y organizativa.

Comprender cómo los distintos proyectos políticos utilizaron tecnologías y lenguajes para construir poder, legitimidad y vínculo con la ciudadanía.

Analizar el papel de los medios, el Estado y los movimientos sociales en la configuración del espacio público.

Identificar continuidades y rupturas en las formas de comunicar lo político, desde los discursos fundacionales hasta las estrategias digitales contemporáneas.

Desarrollar una mirada crítica sobre los sentidos comunes que circulan en torno a lo político y su vínculo con las formas de comunicar.

**Contenidos temáticos:**

**1. Comunicación política: definiciones y alcances**

¿Qué entendemos por comunicación política? Campo interdisciplinario, disputa y legitimación.

Comunicación gubernamental, electoral, institucional y militante.

Lo político como dimensión simbólica y material: representación, participación, conflicto.

**2. América Latina como territorio comunicacional en disputa**

Comunicación en contextos de colonialismo, resistencia y formación de los Estados-nación.

Oralidad, rituales, religiosidad popular, prensa independiente y voces subalternas.

Primeras formas de comunicación política de masas: caudillismo, populismo y radiodifusión.

**3. Populismos y comunicación de masas en el siglo XX**

El uso de la radio, la plaza y el periódico mural: Perón en Argentina, Getúlio Vargas en Brasil, Cárdenas en México.

Lenguaje emocional, contacto directo y símbolos nacionales.

Producción de pueblo y de liderazgo carismático como acto comunicacional.

**4. Dictaduras, censura y contrainformación**

Comunicación como aparato represivo y como trinchera de resistencia.

Panfletos, radios clandestinas, prensa alternativa, teatro militante, canción política. La agencia de noticias ANCLA.

El cuerpo como medio: escraches, silencios, presencia colectiva. La comunicación de la Madres de Plaza de Mayo.

**5. Transiciones democráticas y neoliberalismo**

La televisión como nuevo centro de legitimación: el discurso mediático hegemónico.

Campañas electorales profesionalizadas, expertos en comunicación política como gurúes (spin doctors) y el paradigma del marketing político.

Fragmentación de lo público, personalización del liderazgo, desideologización del mensaje.

**6. Comunicación política en el ciclo progresista latinoamericano**

Retorno de proyectos populares y nuevas formas de comunicación del Estado.

Medios públicos, redes comunitarias, cadenas nacionales y disputas simbólicas.

Canal Encuentro, Pakapaka y Tecnópolis en su dimensión comunicativa.

Hugo Chávez y Aló Presidente como paradigma de comunicación política no tradicional.

Conflictos con los medios hegemónicos y emergencia de nuevos repertorios digitales.

**7. Tecnopolítica y mutaciones recientes**

Del monopolio de los medios a la proliferación de plataformas.

Redes sociales, fake news, algoritmos, influencers y polarización.

La mañaneras de AMLO y su continuidad en Claudia Sheinbaum.

Emergencia de estrategias tecnopolíticas desde el progresismo y la ultraderecha.

La comunicación política digital de Evo Morales Ayma.

Javier Milei y la era libertaria.

¿Cómo se construye legitimidad política en el presente? ¿Qué cambia y qué persiste?

## **UNIDAD 6: Analíticas digitales y estudios cuantitativos y cualitativos de comunicación política**

Carga horaria: 20 Hs

### **Objetivos:**

Introducir herramientas y enfoques para el análisis de la comunicación política en entornos digitales.

Comprender la diferencia y complementariedad entre perspectivas cuantitativas y cualitativas.

Conocer metodologías para el estudio de la conversación social digital: monitoreo, análisis de sentimiento, redes, narrativas y climas.

Reflexionar críticamente sobre los límites, sesgos y posibilidades de la analítica digital en contextos políticos.

Incorporar criterios éticos y políticos para el tratamiento de datos en entornos sociales sensibles.

### **Contenidos temáticos:**

#### **1. ¿Qué es la analítica digital?**

Datos como insumo político y social.

Tipos de datos: estructurados y no estructurados.

Métricas básicas: alcance, impresiones, interacción, crecimiento, viralidad.

De los números al sentido: por qué no alcanza con contar.

#### **2. Enfoques cuantitativos**

Herramientas de monitoreo y scraping: Google Trends, Crowdtangle, ExportComments, Tweet Binder.

Análisis de hashtags, volúmenes de conversación, engagement.

Visualización de datos y construcción de tableros: Power BI, Flourish.

Introducción a redes: nodos, enlaces, clusters, gephi.

#### **3. Enfoques cualitativos**

Análisis de contenido y del discurso.

Análisis temático, narrativo, semiótico y de climas emocionales.

Frases representativas y lectura de conversaciones públicas.

Procesos interpretativos: del dato al relato.

#### **4. Estudios mixtos y multimetodología**

Triangulación de fuentes: datos, contexto, actores, medios.

Estudios de caso: momentos de alto voltaje político.

Metodologías aplicadas en campañas, crisis y procesos sociales.

Ejemplos latinoamericanos: elecciones, protestas, virales.

#### **5. Ética, sesgos y límites del análisis digital**

Privacidad, consentimiento, opacidad algorítmica.

Datos incompletos, ruido, bots, manipulación.

¿Qué queda por fuera del radar digital?

Análisis como acto político: leer, comprender y decidir.

## **UNIDAD 7: Tecnopolítica**

Carga horaria: 20 Hs

### **Objetivos:**

Comprender la tecnopolítica como campo de acción y análisis que articula tecnología, comunicación y poder.

Analizar experiencias concretas de movilización social, organización política y disputa de sentido en entornos digitales.

Estudiar cómo los dispositivos, las plataformas y los algoritmos configuran nuevas formas de participación, control y subjetivación.

Reconocer el rol de los movimientos sociales, los partidos y las ciudadanías activas en la apropiación crítica de tecnologías.

Reflexionar sobre los límites, potenciales y paradojas de la tecnopolítica en América Latina.

### **Contenidos temáticos:**

#### **1. ¿Qué es tecnopolítica?**

Definición y origen del concepto: movimientos en red, teoría crítica y ciberactivismo.

Tecnologías como herramientas de organización y control.

Tecnopolítica como campo de disputa por la subjetividad y lo común.

#### **2. La arquitectura del poder en lo digital**

Plataformas, algoritmos y curaduría automatizada del mundo.

Gobernanza privada del espacio público digital.

Capitalismo de vigilancia y tecnofeudalismo.

Subjetividad algorítmica: dopamina, polarización, miedo y performance.

#### **3. Experiencias de tecnopolítica desde América Latina**

#NiUnaMenos, #EleNão, #SOSColombia, #LulaLivre, #ChileDespertó, #CubaSalvaVidas.

Movilizaciones descentralizadas, narrativas digitales y territorialización del conflicto.

Repertorios de acción: hashtags, escraches, memes, lives, hackeos simbólicos, campañas populares.

Tácticas creativas y narrativas contrahegemónicas.

#### **4. Tecnopolítica institucional y partidaria**

Campañas digitales de partidos y candidatos/as: estética, segmentación, targeting.

Big data electoral, bots, microsegmentación, TikTok político.

Estrategias disruptivas de la nueva derecha (Milei, Bolsonaro, Bukele): memes, provocación, viralización.

Tensiones entre control centralizado y participación colectiva.

#### **5. Tecnopolítica desde abajo**

Comunidades, redes libres, software libre, feminismos digitales, cultura hacker.

Autonomía tecnológica, hosting propio, redes mesh, canales autogestionados.

Tecnologías como herramientas para la vida digna, la organización popular y la defensa de los comunes.

Desafíos: sostenibilidad, seguridad, cuidados digitales, cooptación.

## **UNIDAD 8: Campañas electorales**

Carga horaria: 20 Hs

**Objetivos:**

Comprender las transformaciones recientes en las campañas electorales en el contexto de digitalización y plataformización de la comunicación.

Conocer las etapas, componentes y estrategias de una campaña contemporánea.

Analizar cómo las emociones, los datos, la estética y los lenguajes se articulan en la disputa por el sentido y el voto.

Desarrollar criterios para la planificación de campañas electorales desde una perspectiva situada, crítica y participativa.

Estudiar casos latinoamericanos que articulan tecnopolítica y campaña electoral.

**Contenidos temáticos:****1. ¿Qué es una campaña electoral hoy?**

De los medios tradicionales al ecosistema digital.

Continuidades y rupturas: marketing político, comunicación política, tecnopolítica.

Lógicas electorales vs. procesos de construcción política de largo plazo.

**2. Etapas y componentes de una campaña**

Precampaña, lanzamiento, campaña plena, veda y poscampaña.

Identidad política, diagnóstico, segmentación, objetivos, estrategia general.

Narrativa, estética, portavocías, vocerías secundarias y territorio.

Tácticas digitales, medios propios, medios ganados y medios pagados.

**3. Lenguajes, narrativas y estéticas**

Contar una idea de país: storytelling, emociones, símbolos.

Lo aspiracional, lo disruptivo, lo identitario, lo afectivo.

Memes, estética de campaña, minimalismo vs. saturación, estética TikTok.

Elementos visuales, verbales, sonoros: coherencia y adaptabilidad.

**4. Plataformas y segmentación**

¿Dónde está el voto? Elección de plataformas por perfil demográfico.

Segmentación, microtargeting, uso de datos.

Herramientas: Meta Ads, Google Ads, Telegram, WhatsApp, TikTok.

Claves para contenidos virales y nativos de cada plataforma.

**5. Campañas desde el campo popular: tensiones y oportunidades**

Desigualdad de recursos y algoritmos que privilegian lo pagado.

Narrativas centradas en lo colectivo, el cuidado, lo común, la ternura radical.

Tácticas creativas con pocos recursos: humor, cercanía, activismo territorial digital.

Ejemplos: Lula 2022, Petro 2022, Milei 2023, Kicillof 2023, Sheinbaum 2024, Maduro 2024,

Luisa González 2025, candidaturas feministas, juveniles e indígenas.

**UNIDAD 9: Comunicación de gestión**

Carga horaria: 20 Hs

**Objetivos:**

Comprender la comunicación de gestión como una dimensión constitutiva del gobierno, no como una tarea posterior o auxiliar.

Desarrollar herramientas para construir una comunicación pública que informe, convoque, escuche y movilice.

Analizar los desafíos de gobernar en escenarios de crisis, polarización y saturación comunicacional.

Planificar estrategias de comunicación situadas, coherentes con los valores del proyecto político, los lenguajes del pueblo y las condiciones territoriales.

Fortalecer la relación entre gobierno y ciudadanía a través de prácticas comunicacionales afectivas, transparentes y participativas.

#### **Contenidos temáticos:**

##### **1. ¿Qué es comunicar la gestión?**

Comunicación como política pública.

La gestión no se comunica sola: entre hechos, relatos y percepciones.

Tensiones entre gestión técnica, política y emocional.

##### **2. Estrategia comunicacional de gobierno**

Identidad, narrativa y posicionamiento institucional.

Agenda propia vs. agenda mediática.

Crisis de confianza y construcción de legitimidad.

La necesidad de coherencia discursiva y estética.

##### **3. Lenguajes, vocerías y plataformas**

Portavocías institucionales y políticas: lo técnico y lo afectivo.

Producción multiformato: desde comunicados hasta reels.

La gestión en redes: cercanía, presencia, participación y escucha.

Transparencia, datos abiertos y pedagogía pública.

##### **4. Comunicación situada y descentralizada**

Diagnóstico territorial, segmentación y circuitos comunitarios.

Medios locales, redes comunitarias, mensajería directa y actores intermedios.

Adaptar sin diluir: lo nacional en lo barrial, lo técnico en lo cotidiano.

##### **5. Ética, afectividad y cuidado en la comunicación de gestión**

Escuchar como parte de comunicar.

Reconocer el dolor social: comunicar desde el cuidado y no desde la eficacia.

Comunicación para fortalecer comunidad, no sólo dar visibilidad.

Evitar el autobombo, generar pertenencia, cuidar el vínculo.

##### **6. Ejemplos latinoamericanos**

Gestión comunicacional de gobiernos populares: experiencias de proximidad, horizontalidad y redes.

Lecciones de errores y aciertos: cuándo la comunicación fortalece el vínculo político y cuándo lo debilita.

Casos como Petro en Colombia, Sheinbaum en México, gobiernos provinciales, municipales, feministas o comunitarios.

#### **UNIDAD 10: Comunicación y participación democrática**

Carga horaria: 10 Hs

**Objetivos:**

Reconocer la participación como dimensión esencial de la democracia, más allá del voto y las instituciones.

Analizar cómo la comunicación incide en la posibilidad real de participación política de las mayorías.

Explorar formas, prácticas y tecnologías que potencien el involucramiento ciudadano desde abajo.

Identificar obstáculos estructurales y simbólicos que limitan la participación, especialmente en territorios vulnerabilizados.

Proyectar estrategias de comunicación que fortalezcan el tejido democrático desde lo colectivo, lo afectivo y lo común.

**Contenidos temáticos:****1. Democracia y participación en disputa**

¿Qué entendemos por democracia? Dimensiones representativa, directa, comunitaria.

Participación no como derecho abstracto, sino como posibilidad concreta.

Desigualdades estructurales en la participación política y comunicacional.

**2. Comunicación para la democratización del poder**

Derecho a la comunicación como condición de ciudadanía.

Visibilidad de lo invisible, voz para los silenciados, escucha como acción política.

Comunicación contrahegemónica, comunitaria y popular.

Democratizar la palabra, el acceso, la escucha y la toma de decisiones.

**3. Tecnologías, participación y acción colectiva**

Plataformas digitales: oportunidad y riesgo para la organización popular.

Comunicación desde los márgenes: pueblos originarios, juventudes, mujeres, ruralidades.

Presencia digital con identidad territorial y comunitaria.

Herramientas para habilitar procesos participativos reales (encuestas, foros, redes, transmisiones).

**4. Estrategias de participación en la comunicación institucional**

Abrir la gestión: co-creación, consulta, rendición de cuentas.

Espacios de escucha activa, diálogo y devolución.

Narrativas que convoquen a ser parte, no solo a mirar.

Comunicación como política pública participativa.

**5. Proyecciones desde el campo popular**

Construir lo común en el territorio digital.

Sostener redes afectivas y organizativas.

Comunicación como herramienta de poder comunitario.

Hacia una democracia viva, encarnada y en permanente conversación.

## **Bibliografía y Recursos para la Diplomatura en Comunicación Política y Tecnologías**

### **Unidad 1: La era digital en tiempo y espacio**

#### **Bibliografía obligatoria**

Jesús Martín-Barbero (2001). De los medios a las mediaciones. Capítulo 1.:

[https://perio.unlp.edu.ar/catedras/wp-content/uploads/sites/135/2020/05/de\\_los\\_medios\\_a\\_las\\_mediaciones.pdf](https://perio.unlp.edu.ar/catedras/wp-content/uploads/sites/135/2020/05/de_los_medios_a_las_mediaciones.pdf)

Martín Waisbord (2010). La comunicación política en América Latina: perspectivas y desafíos.: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5652781.pdf>

Giniger & Mata (2022). Comunicación, política y territorio en América Latina. Prólogo e Introducción.:

[https://www.academia.edu/39396994/Comunicaci%C3%B3n\\_Pol%C3%ADtica\\_y\\_Democracia\\_en\\_Am%C3%A9rica\\_Latina](https://www.academia.edu/39396994/Comunicaci%C3%B3n_Pol%C3%ADtica_y_Democracia_en_Am%C3%A9rica_Latina)

#### **Bibliografía optativa**

Pascual Serrano (2009). Desinformación. Capítulo sobre América Latina.:

<https://dokumen.pub/desinformacion-como-los-medios-ocultan-el-mundo.html>

Damián Loreti y Luis Lozano (2010). El Derecho a Comunicar.:

[https://www.researchgate.net/publication/276238147\\_El\\_derecho\\_a\\_comunicar\\_Los\\_conFLICTos\\_en\\_torno\\_a\\_la\\_libertad\\_de\\_expresi%C3%B3n\\_en\\_las\\_sociedades\\_contemporaneas\\_Damian\\_LORETI\\_y\\_Luis\\_LOZANO](https://www.researchgate.net/publication/276238147_El_derecho_a_comunicar_Los_conFLICTos_en_torno_a_la_libertad_de_expresi%C3%B3n_en_las_sociedades_contemporaneas_Damian_LORETI_y_Luis_LOZANO)

#### **Recursos audiovisuales**

Entrevista a Martín-Barbero – “El oficio de pensar desde América Latina”:

[https://www.youtube.com/watch?v=FOO3nx\\_vGdU](https://www.youtube.com/watch?v=FOO3nx_vGdU)

Documental: La Revolución no será transmitida (2003, Venezuela):

<https://www.youtube.com/watch?v=Id--ZFtjR5c>

#### **Sitios y apps útiles**

CLACSO TV: <https://www.clacso.tv/>

CELAG: <https://www.celag.org/>

Biblioteca Digital del Ministerio de Educación Argentina: <https://www.educ.ar/biblioteca>

### **Unidad 2: Comunicación multiterritorial**

#### **Bibliografía obligatoria**

Mario Kaplún (2002). Una pedagogía de la comunicación. Capítulo: “El comunicador popular”.

[https://perio.unlp.edu.ar/catedras/comyeduc2/wp-content/uploads/sites/197/2021/05/kaplun-el\\_comunicador\\_popular\\_0.pdf](https://perio.unlp.edu.ar/catedras/comyeduc2/wp-content/uploads/sites/197/2021/05/kaplun-el_comunicador_popular_0.pdf)

Claudia Korol (2015). "La educación popular como creación colectiva de saberes y de haceres".

<https://ri.unlu.edu.ar/xmlui/bitstream/handle/rediunlu/2242/6%20-%20Korol.pdf?sequence=1>

Mariana Moyano (2000). "La Tribu: Comunicación alternativa".

<https://archive.org/download/la-tribu-comunicacion-alternativa-la-conjura-de-los-necios-mariana-moyano/La%20Tribu-Comunicaci%C3%B3n%20alternativa-La%20conjura%20de%20los%20necios-Mariana%20Moyano.pdf>

### **Bibliografía optativa**

Rosa María Alfaro (2003). "Ciudadanos de la ciudad: cambios e incertidumbres comunicativas".

<https://biblio.flacsoandes.edu.ec/libros/digital/41644.pdf>

Boaventura de Sousa Santos (2018). Epistemologías del Sur.

[https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20181124092336/Epistemologias\\_del\\_sur\\_2018.pdf](https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20181124092336/Epistemologias_del_sur_2018.pdf)

### **Recursos audiovisuales**

Radios comunitarias en América Latina

<https://www.youtube.com/watch?v=Y4PDUVKPQhc>

Podcast La Tribu – "¿Qué es comunicación popular?"

<https://open.spotify.com/show/1QDXgtlf8MQI03tHbQa6JW>

Entrevista a Claudia Korol – "Así llegué al feminismo popular y comunitario"

<https://www.youtube.com/watch?v=8xCVY2m8oa8>

### **Sitios y apps útiles**

ALER – Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica

<https://aler.org/>

FM La Tribu

<https://fmlatribu.com/>

Biblioteca Digital de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social – UNLP

<https://perio.unlp.edu.ar/biblioteca/>

## **Unidad 3: Introducción crítica a las tecnologías emergentes**

### **Bibliografía obligatoria**

Manuel Castells (2012). Redes de indignación y esperanza. Introducción.

[https://www.academia.edu/39396994/Redes\\_de\\_indignaci%C3%B3n\\_y Esperanza](https://www.academia.edu/39396994/Redes_de_indignaci%C3%B3n_y Esperanza)

Paola Ricaurte (2020). Capitalismo de datos y colonialismo digital.

<https://www.clacso.org/wp-content/uploads/2020/09/Capitalismo-de-datos-y-colonialismo-digital.pdf>

Joy Buolamwini (2020). "Sesgo algorítmico y justicia tecnológica".

[https://www.ted.com/talks/joy\\_buolamwini\\_how\\_i\\_m\\_fighting\\_bias\\_in\\_algorithms](https://www.ted.com/talks/joy_buolamwini_how_i_m_fighting_bias_in_algorithms)

### **Bibliografía optativa**

Mariluz Congosto (2021). Tecnopolítica: redes, algoritmos y poder.

[https://www.eldiario.es/tecnologia/tecnopolitica-redes-algoritmos-y-poder\\_1\\_7411226.html](https://www.eldiario.es/tecnologia/tecnopolitica-redes-algoritmos-y-poder_1_7411226.html)

Sandra Borda (2023). Fake news y polarización en América Latina.

<https://www.revistaanfibia.com/fake-news-y-polarizacion-en-america-latina/>

### **Recursos audiovisuales**

TED Talk de Joy Buolamwini – “El sesgo en los algoritmos que dominan nuestras vidas”

[https://www.ted.com/talks/joy\\_buolamwini\\_how\\_i\\_m\\_fighting\\_bias\\_in\\_algorithms](https://www.ted.com/talks/joy_buolamwini_how_i_m_fighting_bias_in_algorithms)

Documental: Coded Bias (2020)

<https://www.youtube.com/watch?v=jZl55PsfZJQ>

Podcast FeministAI – “Quién nos vigila mientras navegamos”

<https://open.spotify.com/episode/3qM6GkEfOd3biq0kJZs1xF>

### **Sitios y apps útiles**

Algoritmo Latinoamericano

<https://algoritmolatinoamericano.org>

Trackography – Visualiza quién te rastrea en la web

<https://trackography.org>

## **Unidad 4: Tecnologías y comunicación**

### **Bibliografía obligatoria**

Beatriz Busaniche (2019). “Privacidad y vigilancia en América Latina”. En: Vigilancia y resistencia.

[https://fundacionkarisma.org/wp-content/uploads/2020/06/vigilancia\\_y\\_resistencia\\_web.pdf](https://fundacionkarisma.org/wp-content/uploads/2020/06/vigilancia_y_resistencia_web.pdf)

Safiya Noble (2018). Algorithms of Oppression. Capítulo 1.

<https://nyupress.org/9781479837243/algorithms-of-oppression/>

Paola Ricaurte (2021). “Colonialismo de datos y resistencia desde el Sur Global”.

<https://sur.conectas.org/es/colonialismo-de-datos-y-resistencia-desde-el-sur-global/>

### **Bibliografía optativa**

Kate Crawford (2021). Atlas of AI.

<https://www.katecrawford.net/atlas-of-ai>

Evgeny Morozov (2013). El desengaño de Internet.

<https://www.filosofia.uba.ar/contenidos/institucional/secretarias/academica/catedras/libros/morozov-desengano-internet.pdf>

### **Recursos audiovisuales**

Revista Scholé. (2023). Pensando al "Homo tecnologicus" | Una conversación con Javier Blanco y Darío Sandrone. [Archivo de video]. Para el Instituto Superior de Estudios Pedagógicos, Ministerio de Educación de la Provincia de Córdoba.

<https://www.youtube.com/watch?v=CBFBPkb-uCQ>

Entrevista a Shoshana Zuboff – “Lo que Google no quiere que sepas”

<https://www.youtube.com/watch?v=hIXhnWUmMvw>

Documental: El dilema de las redes sociales (2020)

<https://www.netflix.com/title/81254224>

Podcast Derecho y Tecnología – “Capitalismo de plataformas y trabajo digital”

<https://open.spotify.com/episode/2F0HT1d5KvBGyYaWylH0qX>

### **Sitios y apps útiles**

Data & Society

<https://datasociety.net>

Digital Rights Latin America & the Caribbean

<https://digitalrightslac.net>

Firefox Focus – navegador con bloqueo de rastreadores

<https://www.mozilla.org/es-ES/firefox/focus/>

## **Unidad 5: Un recorrido por la historia de la comunicación política**

### **Bibliografía obligatoria**

Pablo Stefanoni (2021). ¿La rebeldía se volvió de derecha? Capítulos 1 y 3.

<https://www.sigloxxieditores.com.ar/FichaLibro.aspx?ISBN=9789878010742>

Camila Rocha (2020). Conservadurismo, redes y subjetividades. Revista Sur.

<https://sur.conectas.org/es/conservadurismo-redes-y-subjetividades/>

Diego Ruzzarin y Estefanía Vela Barba (2023). Derecha en redes: entre memes y guerra cultural.

<https://debateslatinoamericanos.com/derecha-en-redes/>

### **Bibliografía optativa**

Rodrigo Nunes (2023). De izquierda y de derecha: viralidades políticas.

<https://www.tinta-limon.com.ar/productos/de-izquierda-y-de-derecha/>

Luciana Ghiotto (2023). Extrema derecha y desinformación en Argentina y Brasil.

<https://www.clacso.org/extrema-derecha-y-desinformacion-en-argentina-y-brasil/>

### **Recursos audiovisuales**

Documental: El ascenso de Jair Bolsonaro (2020)

<https://www.netflix.com/title/81219742>

Canal La Base – Episodios sobre Vox, Bolsonaro y Milei

<https://www.youtube.com/@LaBasePCA>

Ejemplo de TikTok viral de Javier Milei

<https://www.tiktok.com/@mileipresidente/video/7180475273480234245>

### **Sitios y apps útiles**

LATFEM – Periodismo feminista latinoamericano

<https://latfem.org/>

Chequeado – Verificador de datos argentino

<https://chequeado.com/>

Aos Fatos – Fact-checking en Brasil

<https://aosfatos.org/>

## **Unidad 6: Analíticas digitales y estudios cuantitativos y cualitativos de comunicación política**

### **Bibliografía obligatoria**

Safiya Noble (2018). Algorithms of Oppression.

<https://nyupress.org/9781479837243/algorithms-of-oppression/>

Beatriz Busaniche (2019). Privacidad y vigilancia en América Latina.

[https://fundacionkarisma.org/wp-](https://fundacionkarisma.org/wp-content/uploads/2020/06/vigilancia_y_resistencia_web.pdf)

[content/uploads/2020/06/vigilancia\\_y\\_resistencia\\_web.pdf](https://fundacionkarisma.org/wp-content/uploads/2020/06/vigilancia_y_resistencia_web.pdf)

Paola Ricaurte (2021). Colonialismo de datos y resistencia desde el Sur Global.

<https://sur.conectas.org/es/colonialismo-de-datos-y-resistencia-desde-el-sur-global/>

### **Bibliografía optativa**

Lucas Gortázar (2020). La brecha digital educativa en América Latina.

[https://www.iipe.unesco.org/sites/default/files/2020-05/nota\\_tecnica\\_3\\_brecha\\_digital.pdf](https://www.iipe.unesco.org/sites/default/files/2020-05/nota_tecnica_3_brecha_digital.pdf)

María Julia Morales (2022). ¿Quién queda afuera de la revolución digital?

<https://www.clacso.org/quien-queda-afuera-de-la-revolucion-digital/>

### **Recursos audiovisuales**

Documental: Coded Bias (2020)

<https://www.youtube.com/watch?v=jZl55PsfZJQ>

TED Talk de Joy Buolamwini – “El sesgo en los algoritmos que dominan nuestras vidas”

[https://www.ted.com/talks/joy\\_buolamwini\\_how\\_i\\_m\\_fighting\\_bias\\_in\\_algorithms](https://www.ted.com/talks/joy_buolamwini_how_i_m_fighting_bias_in_algorithms)

Podcast FeministAI – “Quién nos vigila mientras navegamos”

<https://open.spotify.com/episode/3qM6GkEfOd3biq0kJZs1xF>

### **Sitios y apps útiles**

Fundación Vía Libre

<https://fylvi.org/>

Access Now

<https://www.accessnow.org/>

Trackography – Visualiza quién te rastrea en la web

<https://trackography.org/>

## Unidad 7: Tecnopolítica

### Bibliografía obligatoria

Emiliano Treré (2018). Tecnopolítica en América Latina. Capítulo 1: ¿Qué es la tecnopolítica?

<https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20190206041226/TecnopoliticaAL.pdf>

Tarcízio Silva (2022). Tecnopolítica y racismo algorítmico. Capítulo sobre arquitectura del poder digital.

<https://www.direito.ufba.br/sites/arquivos/tecnopolitica-e-racismo-algoritmico.pdf>

Claudia Magallanes Blanco (2020). Tecnopolítica feminista desde América Latina.

<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/6034>

### Bibliografía optativa

Javier Blanco (2024) Las tecnologías están transformando el sentido mismo de lo humano.

<https://lmdiario.com.ar/contenido/398176/las-tecnologias-estan-transformando-el-sentido-mismo-de-lo-humano>

Rodrigo Nunes (2023). De izquierda y de derecha: viralidades políticas.

<https://www.tinta-limon.com.ar/productos/de-izquierda-y-de-derecha/>

Beatriz Busaniche (2019). Privacidad es poder.

[https://fundacionkarisma.org/wp-content/uploads/2020/06/vigilancia\\_y\\_resistencia\\_web.pdf](https://fundacionkarisma.org/wp-content/uploads/2020/06/vigilancia_y_resistencia_web.pdf)

Narda Henríquez (2021). Subjetividad algorítmica y tecnofeudalismo.

<https://colectivomontevideo.org/2021/08/25/tecnofeudalismo/>

### Recursos audiovisuales

Emiliano Treré – “La tecnopolítica es el nuevo campo de disputa”

[https://www.youtube.com/watch?v=Sw9lYHtd\\_xl](https://www.youtube.com/watch?v=Sw9lYHtd_xl)

Documental: #NiUnaMenos: la revolución de las hijas

<https://www.youtube.com/watch?v=JW5n3aJp2CA>

Podcast La Palabra Justa – “Activismos digitales en América Latina”

<https://open.spotify.com/episode/5Dh2WuYqzqT7BHQ0JxC5vY>

### Sitios y apps útiles

Nodo Común – Tecnopolítica yivismos

<https://nodo.commonspublics.org>

Tactical Tech – Herramientas para autodefensa digital

<https://tacticaltech.org>

Bridgefy – App de mensajería offline para movilizaciones

<https://www.bridgefy.me/>

## Unidad 8: Campañas electorales

### Bibliografía obligatoria

Mario Riorda (2020). Comunicación política: un campo en disputa.

<https://www.clacso.org/comunicacion-politica-un-campo-en-disputa/>

Mariana Moyano (2021). Campañas electorales en tiempos de plataformas.  
<https://www.telam.com.ar/notas/202109/568296-campanas-politicas-plataformas-digitales-mariana-moyano.html>

Daniel Ivoskus (2022). La campaña permanente y la batalla digital.  
<https://marketingpoliticoenlatinoamerica.com/la-campana-permanente-y-la-batalla-digital/>

### **Bibliografía optativa**

María Esperanza Casullo (2019). ¿Por qué funciona el populismo? Fragmentos sobre comunicación electoral.

<https://www.sigloxxieditores.com.ar/FichaLibro.aspx?ISBN=9789876299200>

Ana Matyszczyk (2023). Influencers, política y elecciones.

<https://revistaanfibio.com/influencers-politica-y-elecciones/>

### **Recursos audiovisuales**

Entrevista a Mario Riorda: “No hay campaña sin emociones”

<https://www.youtube.com/watch?v=IDDDrA2G7vs>

Video: Las campañas políticas en TikTok – Observatorio Electoral UBA

<https://www.youtube.com/watch?v=kkYKn-wUJ9k>

Podcast El Hilo – “Redes, elecciones y polarización en América Latina”

<https://open.spotify.com/episode/4hU9XKjEN6vGgCRW1pI98C>

### **Sitios y apps útiles**

Observatorio Electoral – Facultad de Ciencias Sociales UBA

<https://observatorioelectoral.sociales.uba.ar/>

Atlas Electoral de América Latina

<https://atlaselectoral-latam.org/>

Trendinalia – Tendencias electorales en Twitter

<https://www.trendinalia.com/>

## **Unidad 9: Comunicación de gestión**

### **Bibliografía obligatoria**

Mario Riorda (2020). Comunicación gubernamental: entre la gestión y el relato.

<https://www.clacso.org/comunicacion-gubernamental-entre-la-gestion-y-el-relato/>

María Esperanza Casullo (2020). Populismo y comunicación de gobierno.

<https://nuso.org/articulo/populismo-liderazgo-politico-comunicacion/>

Gisela Rubach (2021). Comunicación institucional en el sector público.

<https://marketingpoliticoenlatinoamerica.com/comunicacion-institucional-en-el-sector-publico/>

### **Bibliografía optativa**

Silvina Romano y Arantxa Tirado (2022). Comunicación de gobierno en contextos de crisis.

<https://celag.org/comunicacion-de-gobierno-en-contextos-de-crisis/>

Mariano Vila (2021). Gobernar en redes. Desafíos comunicacionales de la gestión.  
<https://observatorioplanificacion.cepal.org/es/publicaciones/gobernar-en-redes>

### **Recursos audiovisuales**

Entrevista a Mario Riorda sobre comunicación de gestión en gobiernos progresistas.

<https://www.youtube.com/watch?v=2aAkVvQnsBM>

Seminario CLACSO – “Comunicar la gestión pública en América Latina”

[https://www.youtube.com/watch?v=YcuWS8\\_qlss](https://www.youtube.com/watch?v=YcuWS8_qlss)

Podcast Ejes de gestión – “Comunicación pública y legitimidad democrática”

<https://open.spotify.com/episode/4NzaycEQxZHQ8vY8S9y9WL>

### **Sitios y apps útiles**

CELAG – Centro Estratégico Latinoamericano de Geopolítica

<https://www.celag.org>

Observatorio de Comunicación y Democracia – FLACSO Argentina

<https://www.flacso.org.ar/observatorios/comunicacion-y-democracia/>

Gobierno Abierto – Portal oficial Argentina

<https://www.argentina.gob.ar/gobiernoabierto>

## **Unidad 10: Comunicación y participación democrática**

### **Bibliografía obligatoria**

Boaventura de Sousa Santos (2014). Democratizar la democracia. Capítulo sobre democracia participativa.

<https://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/se/20200303022258/Democratizar.pdf>

Paula Biglieri (2020). Pensar la democracia desde América Latina.

<https://nuso.org/articulo/pensar-la-democracia-desde-america-latina/>

Marta Lagos (2018). Cultura política y calidad democrática en América Latina.

<https://www.latinobarometro.org/latContents.jsp>

### **Bibliografía optativa**

Flavia Freidenberg (2019). Participación ciudadana en la era digital.

<https://eleccionesenmexico.org.mx/wp-content/uploads/2020/02/Participacion-Ciudadana-en-la-Era-Digital.pdf>

Luis Tapia (2017). El Estado y la democracia en América Latina.

<https://www.bivica.org/upload/el-estado-y-la-democracia-en-america-latina.pdf>

### **Recursos audiovisuales**

Documental: La hora de los pueblos – Democracia desde abajo

<https://www.youtube.com/watch?v=cN02LxVGgcg>

TEDx – Democracia digital y ciudadanía activa (Héctor Aranda)

<https://www.youtube.com/watch?v=tDTUGSgk3rl>

Podcast DEMOS – “¿Qué significa participar hoy?”

<https://open.spotify.com/episode/7mM7I1AnFzxU48WBFRibTo>

**Sitios y apps útiles**

Latinobarómetro – Estudios sobre opinión pública y democracia

<https://www.latinobarometro.org>

Asuntos del Sur – Innovación democrática y participación

<https://asuntosdelsur.org/>

Civics – Herramientas de participación ciudadana digital

<https://civics.cc/>

**Modalidad de cursada:**

**Cursada híbrida.**

**Evaluación:**

Los estudiantes deberán cumplir con el 75% de asistencia a las clases presenciales y virtuales sincrónicas.

Cumplir con los trabajos de cada unidad y actividades asincrónicas en campus.

Presentación de trabajo final /defensa del mismo en forma presencial

## **Hoja de firmas**