

Universidad Nacional de Córdoba
Facultad de Ciencias Sociales
Carreras: Ciencia Política y Sociología

Programa de las materias
Opinión Pública y Comunicación Política (CP)
Seminario de Formación Práctica I (Sociología)

Año: 2022

Equipo de cátedra: Dra. Daniela Monje, Dra. Liliana Córdoba y Dr. Santiago Martínez Luque

Adscriptxs: Lic. Nicolás Bertone y Lic. Malena de Rosas

Ayudantes alumnxs: Ornella Cortinella, Nahuel Spinuzza, Marco Gabriel Villa Ponza

Fundamentación:

El concepto de Opinión Pública (OP) tal vez puede resultar cotidiano en tanto diariamente escuchamos alusiones en los medios de comunicación y en las conversaciones coloquiales que refieren a la opinión de los ciudadanos sobre diferentes temas de interés general vinculados a la política, la economía, la salud, la educación, el transporte etc.

Sin embargo, se trata de un concepto amplio, difuso y polisémico que cruza reflexiones procedentes de diferentes campos tales como la filosofía, la ciencia política, la sociología, la psicología y la comunicación pero además, se vale de las matemáticas y la estadística y, al que se le atribuyen múltiples definiciones.

Podemos decir sólo inicialmente que la OP constituye un espacio de visibilización de las esferas política, social y cultural de la sociedad que progresivamente se ha constituido en dispositivo de influencia de gobiernos y dirigentes y sobre los ciudadanos. Se trata además de una construcción colectiva, desterritorializada y anónima de voluntades (De Angelis, 2011).

Hay por lo menos dos tradiciones que nos permiten ordenar los estudios sobre OP: la clásica vinculada al ser y deber ser (lo cual incluye desde los primeros abordajes de Rousseau en 1747 a trabajos más contemporáneos como los de Habermas en 1962 o Noelle-Neumann en 1977) y una corriente que llamaremos empirista que se ocupa del registro y análisis de datos y que incluye estudios académicos, privados y públicos (Mora y Araujo 2005). Esta última forma de abordar la OP ha llevado a Bourdieu (1972) a preguntarse de un modo provocativo, si acaso existe la opinión pública.

Por otra parte, podemos considerar que, por tratarse de un concepto antiguo de más de 400 años de existencia, también es posible realizar algún tipo de recorte cronológico sobre períodos o etapas que se irán superponiendo en su constitución. Así, siguiendo a Grazi (2007) identificamos tres períodos denominados: a) opinión ilustrada (siglos 17 y 18), b) opinión gritada (siglo 19 y principios del siglo 20) y c) opinión sondeada (siglo 20 y actualidad). A ello sumamos -en correspondencia con De Angelis (2011)- un cuarto período que denominamos d) opinión virtual (fines del siglo 20 y actualidad).

En este espacio académico buscaremos construir una perspectiva que considere a lo comunicacional y lo político como dos cortes analíticos de procesos sociales inescindibles y ya no como una adjetivación de las prácticas o de los discursos y, al mismo tiempo,

postular que en ambas dimensiones subyace una lógica del conflicto y la disputa, de la dominación y la emancipación, de la creatividad y la reflexividad y no sólo de la reproducción. En tal sentido, y teniendo en cuenta las condiciones tecnológico-culturales existentes en las sociedades actuales, se pondrán en discusión las características y modalidades de la discursividad pública y las modelizaciones de la opinión por fenómenos que inciden decisivamente en las formas actuales de la acción individual y colectiva, así como en las formas de las instituciones y procesos políticos institucionales: gubernamentalidad algorítmica, desinformación y fake news, activismos digitales, tecnopolítica, entre otros.

Objetivos:

- Que lxs estudiantes comprendan la relevancia que el concepto de opinión pública tiene para las sociedades actuales.
- Que lxs estudiantes puedan analizar el fenómeno de la opinión pública en sus diversas dimensiones, como un concepto integral y multidisciplinar.
- Que lxs estudiantes puedan reconocer la relación existente entre la opinión pública, medios de comunicación social y redes sociales.
- Favorecer al desarrollo en las y los estudiantes de una reflexión crítica sobre la sociedad contemporánea.

Contenidos:

UNIDAD 1. Opinión pública: variaciones en torno a un concepto.

- a. Opinión Pública: orígenes y polisemia. Un concepto interdisciplinar: aportes de las ciencias políticas, la sociología y la comunicación. El desafío de definir la opinión pública: alcances de la noción. Debates en torno a sus concepciones.
- b. Teorías de la opinión pública: pensamiento clásico y teorías contemporáneas. De las teorías normativas a la espiral del silencio. Opinión pública y comunicación política.
- c. Hacia una definición compleja de la opinión pública. La opinión pública como producto social: creencias, actitudes y sentido común. Distinción entre multitud (emociones compartidas), masa (atención compartida) y público (agrupamientos según intereses) De la percepción cognitiva a la percepción social.

Bibliografía obligatoria:

- Bourdieu, Pierre (1996). "La opinión pública no existe". En revista Voces y Culturas N° 10.
- Crespi, Irving (2000) El Proceso de Opinión Pública. Cómo Habla la gente. Barcelona: Editorial Ariel .
- De Angelis, Carlos F, (2011) Opinión pública interrogada: genealogía, perspectivas y debates. Revista Ciencias Sociales N° 78. Buenos Aires.
- Mora y Araujo, Manuel (2005). El poder de la conversación. Elementos para una teoría de la opinión pública. Buenos Aires, La Crujía. Capítulos I, III y VIII.

- Price, Vincent (1994) *Opinión Pública. La opinión pública. Esfera pública y comunicación.* Ediciones Paidós. España. Capítulos I, IV y V.
- Noelle-Neumann, Elisabeth (1992). "La espiral del silencio. Una teoría de la opinión". En Ferry, Jean-Marc; Wolton, Dominique y otros: *El nuevo espacio público.* Barcelona, Gedisa.
- Nun, José (1986) *Elementos para una teoría de la democracia. Gramsci y el Sentido Común.* Revista Punto de Vista Año IX N°27. Buenos Aires.
- Wolton, D. (1992) "La comunicación política: construcción de un modelo". En Ferry, Jean-Marc; Wolton, Dominique y otros: *El nuevo espacio público.* Barcelona, Gedisa

UNIDAD 2. Opinión pública, espacio público y mediatización.

- a. Discusiones en torno a lo público. La desaparición de los límites de lo público y lo privado. Opinión pública y libertad de expresión. Medios, audiencias y democracia en el contexto de la globalización económica y las nuevas tecnologías. La mediatización de la política: espectacularización, personalización y audiovisualización.
- b. De la opinión pública a las perspectivas conflictuales de las esferas públicas mediatizadas. Nuevas formas de agenciamiento político. Tecnopolítica, ciberactivismo, ciudadanía digital.
- c. El lugar de la información en la construcción de la opinión pública. Problemas de la opinión pública en relación con la información periodística. La relación periodistas-políticos.

Bibliografía obligatoria

- Arditi, B. (2015) "La política distribuida de los rebeldes del presente: la acción en la era de la web 2.0. Documento de trabajo 4. Disponible en: https://1politicaviral.files.wordpress.com/2015/11/arditi_esquema_analitico_papiit308313_20151.pdf
- Martín Barbero, Jesús (2012): "Comunicación, espacio público y ciudadanía", en Folios. Revista de la Facultad de Comunicaciones, 23b, de. Especial.
- García Linera, A (2015) "Medios de comunicación y política: la producción de la realidad pública" en García Linera et. al *Democracia en revolución y revolución en democracia*, Ed. CIS, Bolivia.
- Luchessi, Lila (2011) "Medios masivos y comunicación política" Ciencias Sociales N° 78. Buenos Aires.
- Loreti Damián y Lozano Luis (2014) *El derecho a comunicar. Los conflictos en torno a la libertad de expresión en las sociedades contemporáneas.* Siglo XXI. Buenos Aires. - Mastrini, Guillermo y otros (2013) "Introducción" y "Ciudadanías(s) y derecho(s) a la comunicación" en *Las Políticas de Comunicación en el Siglo XXI.* Editorial La Crujía. Buenos Aires.

- Sierra Caballero, Francisco (2020) Ciberactivismo y nuevos movimientos urbanos: La producción de un nuevo espacio público en la política contemporánea. Revista Perspectivas de la Comunicación. Universidad de la Frontera. Colombia.
- Rabotnikof, Nora (2005) En busca de un lugar común. El espacio público en la teoría política contemporánea. Instituto de investigaciones filosóficas. UNAM. México.

UNIDAD 3. Conocer y medir la opinión pública en la era de las redes y el big data. Límites, posibilidades y preguntas.

- Burbujas socioculturales. Posverdad, fake news, noticias falsas, autoverdad. El papel de las redes sociales en la modelación de la opinión pública. Climas de opinión y refuerzo de los segmentos ideológicos.
- Establecimiento de agenda. Agenda pública, agenda política y agenda de los medios. Acontecimientos, noticias y agendas mediáticas: tematización, agenda-setting y framing La modelación de las agendas.
- Límites y alcances de las metodologías de captación de la opinión pública. De las encuestas a la Big Data. La crisis de la encuestología. Posicionamiento, persuasión y captación electoral en la era digital. Campañas electorales y liderazgo político. Las redes sociales y la política 2.0. La imagen del candidato y la consultoría política. Comunicación en gobiernos: estrategias. Relaciones públicas corporativas, institucionales y gubernamentales en el espacio público.

Bibliografía:

- Aruguete, Natalia (2015). El poder de la agenda. Política, medios y público. Buenos Aires, Biblos.
- Aruguete, Natalia y Calvo, Ernesto (2020) Trolls, Fake news y otros encantos. Buenos Aires. Siglo XXI.
- Crespo, Ismael; Garrido, Antonio; Carletta, Ileana y Riorda, Mario (2011) Manual de comunicación política y campañas electorales Buenos Aires: Biblos.
- De Cook, Julia: (2020) "La derecha alternativa en la pandemia" Revista Nueva Sociedad. Abril 2020. Disponible en: <https://nuso.org/articulo/la-derecha-alternativa-en-la-pandemia/>
- Forti, Steven (2022) "Posverdad, fake news y extrema derecha contra la democracia", Revista Nueva Sociedad 298. Disponible en: <https://nuso.org/articulo/posverdad-fake-news-extrema-derecha-contra-la-democraci-a/>
- Galup, Luciano (2019). Big data y política. De los relatos a los datos. Persuadir en la era de las redes sociales. Buenos Aires. Penguin Grupo Editorial.
- Gendrel, Martin (2021) Internet, algoritmos y democracia ¿Del sueño a la pesadilla?, en Nueva Sociedad N° 294, julio-agosto de 2021.
- Iglesia Facundo y Cortés Hernán: "El violento oficio de la postverdad", Revista Crisis. Julio 2021. Disponible en: <http://revistacrisis.com.ar/notas/el-violento-oficio-de-la-posverdad>
- Riorda, Mario (2019) "Las campañas electorales han muerto". Diario Clarín. Disponible en: https://www.clarin.com/opinion/campanas-electorales-muerto_0_pxL9iRtGv.html?fbclid=IwAR0trGPjSt-68JcxpQe7jIHWdZR2PFQ_2vGNgN5dGe6k_wHQ1mK_Uz5KzaU
- Riorda, Mario (2006) "Hacia un modelo de comunicación gubernamental para el consenso", en Elizalde, Luciano, Fernandez Pedemonte, Damián y Riorda Mario. La

- construcción del consenso: gestión de la comunicación gubernamental, Buenos Aires, Ed. La Crujía.
- Riorda, Mario (2011) "La comunicación gubernamental como comunicación gubernamental. Polítai. Revista de Ciencia Política. Vol 2 N° 3 PUCP. Lima.
 - Vommaro, Gabriel (2011) "Uso y abuso de las encuestas". Revista Ciencias Sociales N° 78. Buenos Aires.

Metodología de Trabajo

Las clases se dictarán de manera presencial. Serán encuentros semanales de tres horas cada uno.

Los materiales de estudio y las consignas de trabajo que la cátedra disponga para cada unidad quedarán disponibles en el aula virtual.

De modo complementario a las actividades prácticas y evaluativas la cátedra realizará actividades optativas tales como invitación al diálogo de referentes políticos y académicos y la presentación de libros.

Durante 2022 participarán como invitados: Dr. Francisco Sierra Caballero (Univ. Sevilla); Dra. Fernanda Ruiz (Responsable de Áreas de Comunicación de Gobierno del Ministerio de Cultura de la Nación), Lic. Liliana Nicolino (Consultora) y Lic. Gustavo Córdoba (consultor).

Modalidad evaluativa y condición académica de lxs estudiantes

Los criterios de cursado y evaluación se adecuarán en todos sus aspectos a lo resuelto por la Facultad de Ciencias Sociales para el año en curso.

Cronograma 2022

FECHA	ACTIVIDAD
11/08	PRESENTACIÓN del equipo de cátedra, el programa de la materia y la modalidad de cursado y evaluación. Reconocimiento de inquietudes e intereses de estudiantes para el diseño de las actividades.
18/08	UNIDAD 1
25/08	UNIDAD 1

1/09	UNIDAD 1
8/09	UNIDAD 2
15/09	UNIDAD 2
22/09	semana de exámenes - NO se dictan clases
29/09	UNIDAD 2
6/10	UNIDAD 3

13/10	UNIDAD 3
20/10	UNIDAD 3