

Universidad Nacional de Córdoba
Facultad de Ciencias Sociales
Carrera: Sociología
Programa: Seminario de Formación Práctica I
Investigación social orientada a la comunicación política

Año: 2025

Equipo de cátedra:

Docente Responsable: Dr. Santiago Martínez Luque.

Docentes invitadas/os: Lic. Liliana Nicolino; Lic. Martín Notarfrancesco; Lic. Sebastián Puechagut.

Ayudantes de Cátedra: Nahuel Spinuzza; Marcos Alvarez.

1-Fundamentación

La propuesta de este *Seminario de Formación Práctica I* se inscribe en el objetivo de la carrera de la Licenciatura en Sociología de dotar a sus egresados/as de una sólida formación tanto teórica como metodológica, articulada con una orientación hacia el campo de la investigación sociológica y la actividad profesional.

Para el desarrollo del presente programa, se han considerado especialmente los contenidos que se proponen en las asignaturas que preceden al presente seminario, situado en el 8avo cuatrimestre académico, particularmente: Introducción al Conocimiento en las Ciencias Sociales; Metodología de la Investigación Social I (Cuantitativa), Metodología de la Investigación Social II (Cualitativa), Estadística I y Análisis Político.

A su tiempo, es menester dejar establecido que esta propuesta se encuadra en los contenidos optativos sugeridos en el Plan de Estudios vigente de la Carrera de Sociología de la Facultad de Ciencias Sociales (UNC). Los mismos son delimitados como “marketing social y político o análisis de la opinión pública”¹.

Este seminario comenzó a ser dictado en el año 2020, en plena situación de ASPO - Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio- de modo conjunto con el Seminario de Opinión Pública y Comunicación Política para las Licenciaturas de Sociología y Ciencia Política de nuestra Facultad. Desde entonces formé parte, por tres años consecutivos, del equipo docente que dictó estos dos seminarios, a cargo de la Dra. Liliana Córdoba, en el presente, y la Dra. Daniela Monje, del Seminario de Opinión Pública y Comunicación Política.

En 2023 este Seminario comenzó a ser dictado con un nuevo programa y modalidad de trabajo, de manera específica para estudiantes de Sociología.

Por ello, esta propuesta se nutre de la experiencia del dictado de dicho periodo en ambos seminarios, luego dos años más con el nuevo programa, y la reflexión en torno a las potencialidades y límites del dictado, así como del relevamiento de intereses, necesidades y posibles proyecciones laborales de las y los futuros egresados de la Licenciatura en Sociología.

¹ Plan de Estudios Sociología. Propuesta curricular para la Licenciatura en Sociología. Universidad Nacional de Córdoba. Disponible en:
https://sociales.unc.edu.ar/sites/default/files/LICENCIATURA%20EN%20SOCIOLOGIA_0.pdf

En este marco, **este Seminario de Formación Práctica I** hará foco particularmente en la **investigación social, y particularmente sociológica, orientada a la comunicación política**, tanto en la faceta vinculada a la comunicación de gobierno y gestiones, así como de organizaciones sociales y gremiales de distinto orden.

En la actualidad, la investigación orientada al campo teórico y profesional de la comunicación política constituye un espacio interdisciplinar emergente y en fuerte proceso de consolidación. El mismo se encuentra dotado de una dinámica académica específica y de una inserción institucional creciente en la curricula de carreras de grado y posgrado de las principales universidades, tanto públicas como privadas, del país y la región².

Desde estos espacios se desarrollan perspectivas y procedimientos de trabajo encuadrados académica y teóricamente, al tiempo que, tensionados por las dinámicas propias del campo profesional, caracterizado, a su tiempo, por la interdisciplina entre la sociología, la comunicación y la ciencia política.

A partir de dichos cruces se aborda un objeto de estudio que requiere elaboración diagnóstica del campo de las ciencias sociales, con un horizonte de prácticas e inserción profesional de alta demanda en materia de investigación y consultoría para la toma de decisiones en comunicación política.

Desde el punto de vista de las ciencias sociales, la investigación en comunicación política propone un diálogo entre tres especializaciones disciplinarias: primero, convoca a los últimos avances en materia de investigación empírica y de metodologías combinadas aplicadas; segundo, se nutre e interpela a los problemas fundamentales de la teoría sociológica y de la teoría social; y en tercer lugar, dialoga críticamente con el conocimiento acumulado y las principales tendencias de la sociología de la comunicación, de la sociología política, de estudios de comunicación así como de la ciencia política.

Existen importantes referentes en la reflexión teórica contemporánea en este campo que comparten una postura crítica frente a los fundamentos disciplinarios y las prácticas profesionales de la concepción del marketing político, ampliamente difundida en consultorías e instituciones de altos estudios. Al contrario de lo que suponen este tipo de propuestas, en las que la política pretende ser suplantada por el desarrollo de herramientas técnicas de comunicación, junto con Wolton planteamos que el desarrollo del campo de la comunicación política “no lleva a suprimir la política o a subordinarla a la comunicación, sino por el contrario a hacerla posible en la democracia masiva”³.

Desde tal encuadre, podemos encontrar referentes de la sociología que analizan la opinión pública en tal clave, entre cuyos principales referentes encontramos a Elizabeth Noelle Neumann, de Alemania, y a Manuel Mora y Araujo, de Argentina, con gran influencia sobre las otras escuelas. También Mario Riorda ha logrado importante relevancia en el campo gracias a sus análisis sobre la

² Se pueden encontrar ejemplos de ello en la UBA, la UNAM (México), Universidad de Monterrey (México), la USP (Brasil) y la Universidad Católica (Chile) entre otras.

³ Wolton, D. (1992) “La comunicación política: construcción de un modelo”. En: Ferry, Jean-Marc; Wolton, Dominique y otros: El nuevo espacio público. Ed. Gedisa. España.

especial incidencia de las interacciones en el proceso de repercusión de la comunicación en la ciudadanía.

Así mismo, resultan inevitables las referencias a los Estudios Culturales latinoamericanos y británicos en torno al modo de abordaje de la relación entre política y comunicación, de la constitución de identidades –sociales, culturales y políticas- en el marco de la dimensión cultural de las sociedades contemporáneas en tanto denso espacio –material y simbólico- de disputa por los sentidos que organizan y le dan sentido a lo social.

Finalmente resultan fundamentales, los aportes de Antonio Gramsci y Ernesto Laclau para abordar la comunicación política como un objeto doblemente específico: como objeto de abordaje comprensivo e investigación y como elemento privilegiado en el diseño de estrategias de intervención pública en el marco de las disputas del sistema político como bloque histórico.

2-Objetivos pedagógicos

- Identificar e integrar conceptual y prácticamente herramientas de investigación sociológica utilizadas en la comunicación política, en general, y en aquella orientada a asesoramiento político, en particular.
- Comprender y reflexionar críticamente sobre las perspectivas teóricas, las metodologías y las técnicas de relevamiento y análisis de datos utilizados en las investigaciones en comunicación política.
- Reflexionar críticamente sobre la perspectiva y las herramientas sociológicas en vínculo con el trabajo profesional de asesoramiento y comunicación política.
- Contribuir a la formación de graduadas y graduados con competencias para sus desempeños en sus realidades laborales concretas en el ámbito de inserción profesional vinculado con la consultoría política.

3- Contenidos

Unidad 1

La comunicación política y el asesoramiento político como campo disciplinar y profesional. Demarcaciones, diferencias y alcances.

a-Definiciones y alcances. Historización de la comunicación política como campo interdisciplinar. Aportes e intersecciones con el campo de la sociología, la ciencia política y los estudios de comunicación.

b- Democracia, opinión pública y comunicación política. En torno a los procesos de legitimación y construcción de consensos políticos culturales en sociedades complejas.

c- Comunicación política, gestión pública y procesos electorales. Aportes de la investigación para la comprensión de escenarios y procesos político culturales.

Bibliografía Obligatoria

- Caletti, Sergio (2006). *“Decir, autorrepresentación, sujetos”*. Versión 17. Ed. UAM-X; México.
- Caletti Sergio (2001) *“Siete tesis sobre comunicación y política”* Revista Dialogos de la Comunicación N 61. Felafacs. Ecuador.

- Blois, Juan Pablo (2014) "Mercado, opinión pública y sociología en la Argentina". Revista Nomadas. Universidad Central. Colombia.
- Magrini, Lucía (2017) "Comunicación y política en el cruce de las perspectivas de Jesús Martín-Barbero y de Ernesto Laclau". Revista Studia Politicae. UCC. Córdoba; Argentina.
- Martínez Nicolás Manuel (2007) "Agitación en el campo. Nueve ideas para la investigación en comunicación política en España". Revista Política y Sociedad. Vol. 44. España.
- Restrepo-Echavarría, Néstor-Julián (2019). "La comunicación política: un estudio multidisciplinar desde las ciencias sociales". Revista Correspondencias y Análisis. Universidad San Martín de Porres; Perú.
- Wolton, D. (1992) "La comunicación política: construcción de un modelo". En: Ferry, Jean-Marc; Wolton, Dominique y otros: El nuevo espacio público. Ed. Gedisa; España.

Unidad 2

La investigación cualitativa para el asesoramiento y la comunicación política. Concepciones, estrategias, procedimientos y técnicas. Investigación orientada para la toma de decisiones en relación a procesos de opinión pública y comunicación política.

- a- Los estudios exploratorios, opinión pública e interacciones Conceptos teórico metodológicos: exploración cualitativa mediante observación participante, entrevistas en profundidad, grupos de discusión y grupos focales. Selección de entrevistados, saturación teórica y claves para el análisis.
- b- Análisis de datos cualitativos y redacción de informes. Mapas perceptuales.
- c- El uso estratégico de la investigación cualitativa en comunicación de gestión y campañas electorales.

Bibliografía Obligatoria

- Bourdieu, Pierre (1999) "Comprender". En: La miseria del mundo. Ed. Fondo de Cultura Económica; Argentina.
- Murphine, Ralph D. (2012) "La investigación antes del pensamiento". En: Ideas en la comunicación política moderna. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla; México.
- Marradi, Archenti y Piovani (2007) "La entrevista en profundidad". En: Metodología de las ciencias sociales. Ed. Emecé; Argentina.
- Marradi, Archenti y Piovani (2007) "Focus group y otras formas de entrevista grupal". En: Metodología de las ciencias sociales. Ed. Emecé; Argentina.
- Valero García, Alfonso (2005). "Usos y perspectivas sociológicas de la entrevista como técnica de investigación social". Saberes. Revista de estudios jurídicos, económicos y sociales. Volumen 3. Universidad Alfonso X El Sabio; España.

Unidad 3

La investigación cuantitativa para el asesoramiento y la comunicación política. Concepciones, estrategias, procedimientos y técnicas. Investigación orientada para la toma de decisiones en relación a procesos de opinión pública y comunicación política.

- a- Diseño de estudios cuantitativos. Encuestas de opinión. Construcción de variables, operacionalización de variables, codificación e instrumentalización.

- b- Análisis demográfico con datos secundarios y de comportamiento electoral pasado. Encuesta de referencias. La encuesta de base y la triangulación de algunos de sus datos específicos como parte de una estrategia metodológica múltiple.
- c-Muestreos en general y muestreo para una encuesta de base. Estrategias metodológicas múltiples y triangulación de datos. Escenarios políticos de referencia. Nuevas metodologías digitales de muestreo y realización de encuestas.
- d- El uso estratégico de las encuestas en comunicación política.
- e- Entre la investigación académica y las nuevas perspectivas. La construcción de nuevos datos cuantitativos: big data, cosecha de datos y analítica de redes.

Bibliografía obligatoria

- Bouza, Fermín (1998). *"Comunicación Política: Encuestas, Agendas y Procesos Cognitivos Electorales"*. Revista Praxis Sociológica nº 3. Universidad Castilla La Mancha; España.
- Coll, Damián y Carrel Ariel (2017) *En campaña. Manual de Comunicación Política en redes Sociales*. Ed Paidós. Buenos Aires.
- Crespo, M.; Riorda, M. et Alt (2011). *"Contextos electorales y tendencias de voto"*. En: *Manual de Comunicación Política y estrategias de Campaña. Candidatos, medios y electores en una nueva era*. Ed.Biblos; Argentina.
- Galup, Luciano (2019). *Big Data y Política. De los relatos a los datos. Persuadir en la era de las redes sociales*. Ed. Biblos; Argentina.
- Mora y Araujo, Manuel (2012). *"Las encuestas de opinión pública"*. En: *El poder de la conversación. Elementos para una teoría de la opinión pública*. Ed. La Crujía; Argentina.

4- Bibliografía Complementaria

Unidad 1

- Gramsci, Antonio (2004). *"Apuntes sobre la historia de las clases subalternas. Criterios metódicos"*. En: *Antología. Antonio Gramsci*. Siglo XXI Editores; Argentina.
- Laclau, Ernesto (2004). *"Más allá de la positividad social: antagonismo y hegemonía"* En: *Hegemonía y Estrategia Socialista. Hacia una democracia radical*. Ed. Fondo de Cultura Económica; Argentina.
- Castells, Manuel. (2013). Entrevista. "La sociabilidad real se da hoy en Internet". Diario Clarín. Disponible en: https://www.clarin.com/ideas/manuel-castells-sociabilidad-real-hoy-internet_0_SJ0QH5rswme.html
- Savater, Fernando (2015) "¿No nos representan?" Discusión entre Jacques Rancière y Ernesto Laclau sobre Estado y democracia. Disponible en: https://www.eldiario.es/interferencias/democracia-representacion-laclau-ranciere_132_2685384.html
- Williams, R. (2000). *"Hegemonía"; "Dominante, residual y emergente"*. En: *Marxismo y literatura*. Ed. Península; España.

Unidad 2

- Garfinkel, Harold (2006 [1968]) *"Estudio sobre las bases rutinarias de las actividades cotidianas"*. En: Estudios de etnometodología. Ed. Anthropos; España.
- Vasilachis, Irene (2009) Estrategias de investigación cualitativa. Ed. Gedisa; España.
- Weber, Max (1996 [1922]) *"Conceptos sociológicos fundamentales"*. En: Economía y sociedad. Esbozo de una sociología comprensiva. Ed. Fondo de Cultura Económica; México.

Unidad 3

- Angelis, Carlos (2011) *"Opinión pública interrogada: genealogía, perspectivas y debates"*. Revista Ciencias Sociales N° 78. Universidad de Buenos Aires; Argentina.
- Bourdieu, Pierre (1996). *"La opinión pública no existe"*. En revista Voces y Culturas N° 10; España.
- Crespi, Irving (2000). El Proceso de Opinión Pública. Cómo Habla la gente. Editorial Ariel; España.
- Ibarómetro (2015) *"Radiografía ideológica de los argentinos"*.
- *"¿Por qué fallan las encuestas? Entrevista a Ignacio Ramírez"*. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=2GF8lKKyspc&t=134s>
- Vomaro, Gabriel (2011). *"Uso y abuso de las encuestas"*. Revista Ciencias Sociales N° 78. Universidad de Buenos Aires; Argentina.

5-Propuesta Pedagógica

La metodología de enseñanza-aprendizaje de la asignatura articula exposiciones teóricas y un trayecto de actividades prácticas. Se espera que esta metodología permita al/ a la estudiante introducirse en el universo de la investigación orientada a la comunicación política, transfiriendo los contenidos abordados, así como los ya trabajados en asignaturas previas al presente Seminario, al desarrollo de ejercicios prácticos que atiendan a los contextos y procesos propios del campo de la Comunicación Política desde la perspectiva de las Ciencias Sociales.

Durante el seminario se intentarán articular las clases teóricas con las instancias prácticas con el siguiente tipo de dinámica:

- a) Las clases teóricas contarán con una exposición a cargo de los docentes.
- b) En articulación con el desarrollo teórico, se realizará un proceso de ejercitación práctica que se irá trabajando en clases específicas a lo largo del cursado. De manera grupal las/los estudiantes realizarán el seguimiento de un caso particular de un espacio político o de gestión de alguna instancia de gobierno, en función de las cuales irán desarrollando estrategias y técnicas de investigación tanto cualitativas como cuantitativas, para responder interrogantes que se consideren necesarios para dichos ámbitos o actores del sistema político.

Para el presente curso, al tratarse de un año electoral nacional, se les propondrá a los grupos de estudiantes que desarrollen el proceso de ejercitación práctica de seguimiento, investigación y desarrollo de sugerencias en torno a los cuatro espacios políticos más importantes que se presentarán a las elecciones presidenciales de las PASO (agosto) y las Generales (octubre). Esto es el Frente de Todos, Juntos por el Cambio, La libertad avanza y el Frente de Izquierda. De esta manera, los grupos desarrollarán hipótesis de trabajo – problemáticas político electorales supuestas para cada espacio- y desarrollarán

herramientas de investigación orientadas a responder a las mismas, que solo llevarán a ser testeadas y no implementadas en escala.

c) Algunas de esas instancias implicarán, la realización de actividades prácticas evaluables, requeridas para la regularización o promoción de la asignatura.

d) El proceso de cursado finalizará con un Informe Monográfico grupal, exigible como trabajo final del Seminario, en el que se integrará todo el proceso teórico práctico de seguimiento y las estrategias de investigación desarrolladas.

Para llevar adelante ambas modalidades de trabajo se requiere, por parte de los y las asistentes al seminario, la lectura sostenida, sistemática y rigurosa del material bibliográfico y la realización de las actividades previas que sean solicitadas con anterioridad a cada clase.

6-Modalidad de Dictado

La propuesta de dictado se enmarca en lo establecido por Resolución Decanal N 25/2022 en relación con el dictado de los seminarios de las carreras de grado de la FCS.

El dictado será presencial, en día y horario a definir. A su vez, en el aula virtual los/as estudiantes contarán con recursos (audiovisuales y en otros soportes), curados por la cátedra que permitirán complementar las clases presenciales.

7- Modalidad de Evaluación

En función de las características particulares de un espacio curricular de Seminario, de los objetivos propuestos y de la modalidad de trabajo, y de acuerdo a lo establecido en el reglamento, para regularizar esta asignatura se requiere:

-Acreditar el 80% de asistencia a las clases teórico-prácticas.

-Aprobar un Trabajo Práctico Evaluable Grupal con calificación mínima de 4 (cuatro). El práctico es recuperable para quienes no alcanzan la nota mínima o no se presentan a realizarlo.

- La evaluación final de la materia se realizará en las fechas de llamados y turnos convocados por la Facultad. Consistirá en la realización de un Informe Monográfico grupal, que deberá ser presentado con la antelación fijada por la cátedra en relación a las fechas de exámenes, y aprobado -de acuerdo a lo que fija el régimen de enseñanza de la FCS- con calificación mínima de 7 (siete).

Dicho trabajo será acompañado de una instancia de defensa oral de la propuesta, a realizarse el día de la mesa de examen. El Informe Monográfico abordará el seguimiento sistemático del espacio político o ámbito de gestión elegido, así como una presentación de la estrategia de investigación y herramientas cualitativas y cuantitativas desarrolladas para responder a los interrogantes que se presenten como necesarios para dicho caso.

El informe deberá presentar el proceso de trabajo junto con la debida fundamentación teórica a partir de lo abordado en el cursado del seminario. En todos los casos, se deberán poner en juego los conceptos y nociones aprendidos, seleccionar la bibliografía pertinente según el enfoque teórico y dar cuenta de la capacidad para reflexionar críticamente sobre el proceso. Los

lineamientos formales para la elaboración de la monografía serán indicados por la cátedra al finalizar el dictado de las clases.