

| | |
|-------------|-------------|
| AÑO: | 2023 |
|-------------|-------------|

1- Datos de la asignatura

| | |
|--------|-----------------|
| Nombre | Opinión Pública |
|--------|-----------------|

| | |
|--------|----|
| Código | 18 |
|--------|----|

Tipo (Marque con una X)

| | |
|-------------|---|
| Obligatoria | X |
| Optativa | |

Nivel (Marque con una X)

| | |
|------------|---|
| Grado | X |
| Post-Grado | |

| | |
|------------------------------------|-----------------|
| Área curricular a la que pertenece | Opinión Pública |
|------------------------------------|-----------------|

| | |
|--------------|------------------|
| Departamento | Ciencia Política |
|--------------|------------------|

| | |
|-----------|------------------|
| Carrera/s | Ciencia Política |
|-----------|------------------|

| | |
|--|---------|
| Ciclo o año de ubicación en la carrera/s | Tercero |
|--|---------|

Carga horaria asignada en el Plan de Estudios:

| | |
|---------|----|
| Total | 96 |
| Semanal | 6 |

Distribución de la carga horaria (semanal) presencial de los alumnos:

| | | |
|----------|-----------|---------------------|
| Teóricas | Prácticas | Teórico - prácticas |
| 2 | 2 | 2 |

Relación docente - alumnos:

| Cantidad estimada de alumnos inscriptos | Cantidad de docentes | | Cantidad de comisiones | | |
|---|----------------------|------------|------------------------|-----------|-------------------|
| | Profesores | Auxiliares | Teóricas | Prácticas | Teórico-Prácticas |
| A definir | 1 | 2 | 2 | 2 | 2 |

2- **Composición del equipo docente** (Ver instructivo):

| Nº | Nombre y Apellido | Título/s |
|----|----------------------------|--|
| 1 | Martín Vicente | Analista de Medios de Comunicación Social |
| | | Licenciado en Periodismo |
| | | Magister en Ciencia Política |
| | | Doctor en Ciencias Sociales |
| 2 | Ariadna Gorostegui Valenti | Licenciada en Sociología |
| | | Magister en Políticas Sociales |
| 3 | Marina Casartelli | Licenciada en Sociología |
| | | Magister en Derechos Humanos y Democratización en América Latina y el Caribe |
| 4 | Pilar Pérez Díaz | (Ayudante Estudiante) |
| | | |
| | | |

[illegible]

(*) la suma de las horas Totale + Investig. + Ext. + Gest. no puede superar la asignación horaria del cargo docente

3. Plan de trabajo del equipo docente

1. Objetivos de la asignatura.

El foco de la materia es presentar la trayectoria intelectual, política y científica de la idea de opinión pública, desde la Modernidad europea a los debates actuales en la Argentina, con especial eje en dos líneas: una historización de su desarrollo, y un trabajo sobre las teorías, técnicas y debates en torno a su vínculo con las Ciencias Sociales. Entendida básicamente como la relación social entre posiciones individuales con respecto a temáticas de interés público, la opinión pública moderna nació sobre finales del siglo XVIII como modo de apelar a diversas expresiones sociales que debían representarse en el universo político hasta conformar repúblicas de opinión. Se consideró al ciudadano en una dinámica donde su figura expresaba la opinión pública y se formaba en ella. En torno a esa idea, desde ese momento y hasta la actualidad se estructuraron muy diversos debates sobre los espacios de circulación (desde las cafés y salones a las redes sociales, pasando por los medios masivos de comunicación), los formadores de opinión (los líderes políticos, los referentes intelectuales o mediáticos, los emergentes sociales) y las relaciones entre la opinión pública y el orden político, especialmente con el avance del paradigma democrático. Desde mediados del siglo XX, la opinión pública apareció ligada principalmente a las Ciencias Sociales, el desarrollo de los formatos democráticos y la mediatización de la vida pública, fenómenos que se han prolongado, con sus diferencias, hasta la actualidad, donde el paradigma de las redes sociales reformuló las visiones imperantes previamente. Desde el estudio de la opinión pública, esos debates se articulan, generalmente, en dos vertientes atinentes a las transformaciones en su relación con la democracia: de las sociedades de masas a las sociedades en red, de las democracias de audiencias a las democracias digitales.

Se proponen como objetivos de la materia:

- a) Exponer cómo el concepto de opinión pública y otros inmediatamente vinculados atravesaron diversos contextos históricos, políticos e intelectuales.
- b) Destacar continuidades, quiebres y transformaciones en el concepto, así como presentar diversas líneas analíticas representativas de las diversas facetas de la problemática.
- c) Presentar las pautas teóricas y metodológicas de las diversas aproximaciones al tema, así como marcar su historicidad y su relevancia en situaciones específicas.
- d) Generar las herramientas para que el estudiantado pueda abordar e interpretar investigaciones de opinión pública en los planos teóricos, histórico-contextuales y prácticos.

En cuanto a los objetivos pedagógicos hacia el estudiantado:

- a) Favorecer la reflexión del estudiantado sobre temáticas previamente abordadas en la carrera y con tópicos ligados al debate público coyuntural.
- b) Alentar procesos de vínculo entre las prácticas de estudio, comprensión y producción de textos.

- c) Estimular miradas y análisis sobre problemáticas multifocales, enfatizando el abordaje con criterios contextuales y conceptuales a los problemas de la materia.
- d) Promover el trabajo individual en vínculo con las prácticas grupales.
- e) Alentar la vocación por la interpretación e investigación académica.

2. Enunciación de la totalidad de los contenidos a desarrollar en la asignatura.

1.La opinión pública en la sociedad de masas

Introducción a la problemática; conceptos de opinión pública; sobre las definiciones de opinión pública; orígenes de la opinión pública; ilustración y espacio público moderno; el ámbito urbano y los espacios de construcción de opinión; las repúblicas de la opinión; la idea de “caso” público, circulación e institucionalidad; actores sociales en el desarrollo de los casos de opinión; diferencias entre opinión pública, propaganda y publicidad; la esfera cultural ampliada: industria cultural, cultura popular, culturas políticas.

2.La opinión pública en el marco de las Ciencias Sociales

La sistematización teórica y metodológica del problema de la opinión pública; estructura y estructuración de la opinión pública (públicos, grupos, sectores/legitimidades); dimensiones de la opinión pública; los medios de comunicación y sus relaciones con el mundo político, hacia la idea de democracia de audiencias; el peso de la idea de sociedad del conocimiento; tipos de enfoques teórico-metodológicos dominantes: *agenda setting*, *teoría hipodérmica*, *espiral del silencio*.

3.La opinión pública entre globalización y videopolítica

La globalización y la renovación del espacio público; el momento de la videopolítica; las formas de la opinión pública y la representación política; la crisis de representación y la idea de campaña permanente; el mundo de la medición de la opinión: enfoques, metodologías y debates; la opinión medida y el mundo político-electoral (liderazgos, audiencias, campañas; relación entre estudios cuali y cuantitativos; espectacularización de la política y casos de impacto público; los sondeos de opinión y las campañas políticas; transformación de la ciudadanía y espectador-consumidor.

4.La opinión pública y la sociedad en red

Transformaciones ante la sociedad en red y democracias digitales; crisis de los medios tradicionales, ascenso de nuevas tecnologías y nuevo mapa de industrias culturales; desafiliación y reafiliación de la política y nuevas facetas de la democracia; las redes sociales, sus relaciones con las agendas, los públicos segmentados y el Big Data; de la plaza pública y la escena televisiva a la plaza virtual; las encuestas en debate; nuevos criterios de noticiabilidad, acontecimiento y política; medición de la opinión y ecosistema digital; *fake news*, *trolls* y nuevas legitimidades; construcción de imagen política en nuevos contextos; la multiplicidad de plataformas y los nuevos activismos; el problema de los nativos digitales.

Bibliografía (básica y complementaria).

Unidad 1.

Básica:

D'adamo, Orlando J., García Beaudoux, Virginia y Freidenberg, Flavia (2000), “Ese oscuro objeto llamado opinión pública”, en *Medios de comunicación, efectos políticos y opinión pública. Una imagen ¿vale más que mil palabras?* Buenos Aires, Editorial de Belgrano.

Habermas, Jürgen (2009), *Historia y crítica de la opinión pública*, Gustavo Gilli, caps. IV, V y VI.

Lvovich, Daniel (2003), “No es este un asunto de Francia sino un asunto de la humanidad”. Notas sobre la recepción del caso Dreyfus en Buenos Aires, *Anuario del IEHS*, 18.

Myers, Jorge (1998), “Revolución en las ideas: la generación romántica de 1837”, en Noemí Goldman (dir.), *Revolución, República, Confederación (1806-1852)*, Buenos Aires, Sudamericana.

Ory, Pascal y Sirinelli, Jean-Francois, *Los intelectuales en Francia*, Valencia, PUV: capítulo: “La sociedad francesa y el caso Dreyfus”.

Roldán, Darío (2006), “La *Revista Argentina de Ciencias Políticas*” y “La República Verdadera impugnada”, en Darío Roldán (comp.), *Crear la democracia. La Revista Argentina de Ciencias Políticas y el debate en torno de la República Verdadera*, Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

Rosanvallon, Pierre (2015), *El momento Guizot. El liberalismo-conservador y la revolución de 1848*, Buenos Aires, Biblos, caps. II y III.

Sábato, Hilda (2021), *Repúblicas del nuevo mundo*, Buenos Aires, Taurus, capítulo: “Opinión pública”.

Terán, Oscar (2009), *Historia de las ideas en la Argentina. 10 lecciones iniciales, 1810-1980*, Buenos Aires, Siglo XXI, 2008.

Complementaria:

Altamirano, Carlos (2006), *Intelectuales. Notas de investigación*, Buenos Aires, Norma.

Bauman, Zygmunt (2007), *Legisladores e intérpretes. Sobre la modernidad, la posmodernidad y los intelectuales*, Bernal, UNQ: introducción y caps. 3, 4, 5, 6, 7, 8 y 9.

Charle, Christophe (2009), *El nacimiento de los intelectuales: 1880-1900*, Buenos Aires, Nueva Visión: introducción y caps. 1 y 2.

Fritzsche, Peter (2008), *Berlin 1900*, Buenos Aires, Siglo XXI: caps. 1, 2 y 4.

Goldgel, Víctor (2013), *Cuando lo nuevo conquistó América. Prensa, moda y literatura en el siglo XIX*, Buenos Aires, Siglo XXI, introducción y caps. 1 y 2.

Molina, Eugenia (2009), *El poder de la opinión pública. Trayectos y avatares de una nueva cultura política en el Río de la Plata, 1800-1852*, Santa Fe, UNL.

Winock, Michel (2010), *El siglo de los intelectuales*, Buenos Aires, Edhasa, caps. 2, 3 y 4.

Unidad 2.

Básica:

Altamirano, Carlos (2002), *Términos críticos de sociología de la cultura*, Buenos Aires, Norma, entradas “Cultura de masas”, “Culturas populares”, “Industrias culturales” y “Jerarquías culturales y jerarquías sociales”.

Aruguete, Natalia (2015), *El poder de la agenda: política, medios y público*. Buenos Aires, Biblos, caps. 3, 4, 5, 6, 7 y 8.

Blanco, Alejandro (2006), *Razón y modernidad. Gino Germani y la sociología en la Argentina*. Buenos Aires, Siglo XXI, caps. 3, 6 y 7.

Germani, Gino (1962), “Surgimiento y crisis de la noción de opinión pública”, en Young, K y otros, *La opinión pública y la propaganda*, México, Paidós.

Karusch, Matthew (2013), *Cultura de clase. Radio y cine en la construcción de una Argentina dividida (1920-1946)*, Buenos Aires, Ariel: introducción y caps. 2 y 5.

Lippman, Walter (1964), *La opinión pública*, Buenos Aires, Compañía General Fabril Editora: apartados 1, 6, 9, 11 y 13.

Noelle-Neumann, Elisabeth (1995), *La espiral del silencio. Opinión pública, nuestra piel social*, Barcelona, Paidós, selección de secciones.

Price, Vincent (1995), *La opinión pública*, Barcelona, Paidós.

Saítta, Silvia (1998), *Regueros de tinta. El diario Crítica en la década de 1920*, Buenos Aires, Sudamericana: introducción y caps. 1, 2 y 3.

Varela, Mirta (2005), *La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna. 1951-1969*, caps. 2, 5 y 7.

Vommaro, Gabriel (2008), “Lo que quiere la gente”. *Los sondeos de opinión y el espacio de la comunicación política en Argentina (1983-1999)*, Los Polvorines-Buenos Aires, UNGS-Prometeo, caps. 1, 2 y 3.

Complementaria:

Beltrán, Gastón (2010), “Las ciencias sociales y el surgimiento de un mercado de saber experto”, en Rubinich, Lucas y Beltrán, Gastón (eds.), *¿Qué hacen los sociólogos?*, Buenos Aires, Aurelia.

Corner, Paul (2009), *Public Opinion in Totalitarian Regimes: Fascism, Nazism, Communism*, Oxford, Oxford University Press. Caps. 1 y 3 (a cargo de Corner, Paul y Kershaw, Ian).

Dossier “La Fundación Bariloche y la Argentina del desarrollo”, *Pasado Abierto*, 11. Artículos: “‘Una futura Heidelberg argentina’: el itinerario de la Fundación Bariloche”, de Pryluka, Pablo, y “Los límites del desarrollo rebatidos desde el Sur. Circulación, representaciones y olvidos alrededor de Modelo Mundial Latinoamericano”, de Grondona, Ana.

Ford, Aníbal y Rivera, Jorge (1987 -original 1975), “Las industrias culturales en la Argentina”, en Ford, Rivera y Eduardo Romano, *Medios de comunicación y cultura popular*, Buenos Aires, Legasa.

Haidar, Germani (2018), “Reconstruyendo el pensamiento latinoamericano acerca de la democracia: los aportes de Gino Germani y Carlos Cossio a los debates acerca de la opinión pública”, *PostData*, 23-1.

Martin, John (1984), “The genealogy of public opinion polling”, *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 472.

Varela, Mirta (2010), “Intelectuales y medios de comunicación”, en Carlos Altamirano (dir./ed.), *Historia de los intelectuales en América Latina. Vol. II*, Buenos Aires, Katz.

Milanesio, Natalia (2014), *Cuando los trabajadores salieron de compras*, Buenos Aires, Siglo XXI, caps. 2 y 3.

Sarlo, Beatriz (1988), *Una modernidad periférica*, cap. 1.
Wolf, Mauro (1994), *Los efectos sociales de los media*, Barcelona, Paidós, caps. 2 y 3.
Zarowsky, Mariano (2017), *Los estudios en comunicación en la Argentina. Ideas, intelectuales, tradiciones político-culturales (1956-1985)*, Buenos Aires, EUDEBA, caps. 1 y 2.
Zeller, John (2014), *La naturaleza y los orígenes de la opinión pública*, Madrid, CIS, caps. 2 y 3.

Unidad 3.

Básica:

Champagne, Patrick (1996), “Los sondeos, el voto y la democracia”, *Voces y Cultura*, 10.
D'Alessandro, Martín (2006), “Liderazgo”, en Aznar, Luis y De Luca, Miguel (eds.), *Política. Cuestiones y problemas*. Buenos Aires, Emecé.
Edelman, Jeremy (1991), *La construcción del espectáculo político*, Buenos Aires, Manantial, caps. 2, 3, 4 y 7.
Gayol, Sandra y Kessler, Gabriel (2018), *Muertes que importan. Una mirada sociohistórica sobre los casos que marcaron la Argentina reciente*, Buenos Aires, Siglo XXI. Introducción y caps. 2 y 4.
Jait, Alelí y Díaz, Sergio (2011), “El debate Sarlo/Landi: entre la elección y el zapping”, *Question*, 1-31.
Jorrot, Jorge (1995), “Encuestas de opinión: evaluación de una crítica y referencias de la literatura para mejorar esta práctica”, *Desarrollo Económico*, 35.
Korn, Francis (1995), “Encuestas de opinión: ¿diagnósticos, pronósticos o pasatiempos?”, *Desarrollo Económico*, 34.
Manin, Bernan (1995), *Los principios del gobierno representativo*, Madrid, Alianza, cap. “Metamorfosis de la representación”.
Waisbord, Silvio (2001), “Interpretando los escándalos. Análisis de su relación con los medios y la ciudadanía en la Argentina contemporánea”, en Peruzzoti, Enrique y Smulovitz, Catalina (eds.), *Controlando la política. Ciudadanos y Medios en las nuevas democracias Latinoamericanas*. Buenos Aires, Temas.

Complementaria:

Almazán Llorente, Alejandro (2013). “Viejas y nuevas formas de estudiar la opinión pública”, en Garrido Martín, Aurora y Vinuesa Tejero, Lourdes (eds.), *La reina del mundo: reflexiones sobre la historia de la opinión pública*, Santander, Ediciones TGD.
Bourdieu, Pierre (1992), “La opinión pública no existe”, en *Cosas dichas*, Barcelona, Anagrama.
Bourdieu, Pierre (1996), “El plato y sus bastidores”, en *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama.
Ferry, Jean-Marc, “Las transformaciones de la publicidad política”, en Ferry, Jean-Marc, Wolton, Dominique y otros, *El nuevo espacio público*, Barcelona, Gedisa.
Fraser, Nancy (1997), “Repesando la esfera pública: una contribución a la crítica de la democracia actualmente existente”, en *Iustitia Interrupta. Reflexiones críticas desde la posición post-socialista*, Bogotá, Universidad de los Andes.

Heram, Yamila (2018), *La crítica de televisión en la prensa durante la formación de los multimedios. Modernización del medio, mutación de género e integración académica*, Buenos Aires, FSOC-UBA-Teseo, caps. 2, 3, 4 y 5.

Landi, Oscar (1992), *Devórame otra vez. Qué hizo la televisión con la gente, qué hace la gente con la televisión*, Buenos Aires, Planeta, cap. II.

Sarlo, Beatriz (1996), “Siete hipótesis sobre la videopolítica”, en *Instantáneas. Medios, ciudad y costumbres en el fin de siglo*, Buenos Aires, Ariel.

Sartori, Giovanni (1997), *Homo Videns. La sociedad teledirigida*. Buenos Aires, Taurus, caps. “La opinión teledirigida”, “¿Y la democracia?”.

Unidad 4.

Básica:

Annunziata, Rocío y otros (2016), “Argentina”, en Sorj, Bernardo y Fausto, Sergio, *Activismo político en tiempos de internet*, San Pablo, Plataforma Democrática.

Becerra, Martín (2010), “Las noticias van al mercado: etapas de intermediación de lo público en la historia de los medios de la Argentina”, en Lugones, Gustavo y Flores, Jorge, *Intérpretes e interpretaciones de la Argentina en el bicentenario*, Bernal, UNQ.

Becerra, Martín y Marino, Santiago (2016), “Chequeando a Chequeado. Reflexiones sobre la verificación del discurso público en la Argentina polarizada”, en Boczkowski, Pablo y Michelstein, Eugenia, *Titulares, hashtags y videojuegos*, Buenos Aires, Manantial.

Calvo, Ernesto (2015), *Anatomía política de Twitter en Argentina: tuiteando #Nisman*, Buenos Aires, Capital Intelectual.

Castells, Manuel (2008), “Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad en red. Los nuevos espacios de la comunicación”, *Telos*, 75.

Finklelevich, Susana (2016), *Polis I. Las ciudades en la era de internet*. Buenos Aires, Diseño, cap. 2.

Murdochowicz, Roxana (2021), *Adolescentes, participación y ciudadanía digital*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.

Van Dijk, José (2016), *La cultura de la conectividad: una historia de las redes sociales*, Buenos Aires, Siglo XXI.

Zuazo, Natalia y Aruguete, Natalia (2022), “¿Polarización política o digital? Un ecosistema con todos los climas, en Luis Alberto Quevedo e Ignacio Ramírez (coords.), *Polarizados. ¿Por qué preferimos la grieta? (aunque digamos lo contrario)*, Buenos Aires, Capital Intelectual.

Complementaria:

Boczkowski, Pablo, Matassi, Mora y Mitchelstein, Eugenia (2019), “How young users deal with multiple platforms: the role of meaning-making in social media repertoires”, *Journal of computer-mediated communications*, 23-5.

Cabrera, Daniel (2010), “En defensa de las encuestas”, *POSTData*, 15-2.

Lodola, Germán (2013), “El votante argentino”, *Revista SAAP*, 7-2.

Stefanoni, Pablo (2021), *¿La rebeldía se volvió de derecha? Cómo el antiprogresismo y la incorrección política están construyendo un nuevo sentido común (y por qué la izquierda debería tomarlos en serio)*, Buenos Aires, Siglo XXI, Cap. 2 y Glosario.

Massuchin, Michele, Mitozo, Isabele y Cavassana de Carvalho, Fernanda (2019), “Facebook como espacio de radicalismo en internet”, *Revista de la SAAP*, 12-2.

Tagina, María Laura (2014), “Consumo de medios y decisión de voto en Argentina. Analizando el impacto de la exposición a los noticieros de TV”, paper presentado en Ciclo de Seminarios Permanente del Departamento de Ciencias Sociales, Universidad de San Andrés.

Wagner, María Celeste y Boczkowski, Pablo (2019), “The reception of fake news: the reception and practices that shape the consumption of perceived misinformation”, *Digital Journalism*, 7-7.

Zuckerfeld, Mariano y Califano, Bernardette (2019), “Discutiendo la neutralidad de la red: de los discursos dominantes a las prácticas en contextos periféricos”, *Commons*, 8-1.

Zunino, Esteban y Aruguete, Natalia (2010), “La cobertura mediática del conflicto campo-gobierno. Un estudio de caso”, *Global Media Journal Mexico*, 7-14.

3. Descripción de Actividades de aprendizaje.

Las clases se estructuran como clases magistrales, clases prácticas y formato seminario-taller según el caso. Las clases teóricas serán clases magistrales, mayormente expositivas, aunque con espacio para el trabajo grupal a partir de debates y casos de coyuntura. Las clases teórico-prácticas trabajarán problemáticas locales a la luz de lo visto en las teóricas, promoviendo la lectura en cruce, la vinculación temática y el comparativismo, a través de actividades de formato seminario-taller. Las clases prácticas se desarrollarán con ejercicios sobre los textos a través de consignas de trabajo, que serán abordadas de modo grupal o individual según el caso y desde las pautas de las actividades marcadas en este programa. Sobre ellas se desarrollará una calificación conceptual que será parte de la nota final de la materia.

Las actividades prácticas son las siguientes:

1. Sobre las definiciones de opinión pública: teoría, historia y método. Aquí se propone deconstruir las definiciones generalistas a la luz de lo trabajado en la primera clase y en vistas al desarrollo del programa.
2. Opinión pública y sistema político: entre teoría e instituciones. Debate en clase sobre las propuestas de institucionalización de la opinión pública en el momento reformista.
3. Opinión pública y esfera cultural. Se abordará una definición amplia de “cultura” para trabajar sobre sus diferentes segmentaciones y la productividad para una lectura en términos de opinión pública en la etapa de la industria cultural.
4. Las ciencias sociales y la opinión pública. Se realizará una comparación práctica entre los desarrollos de las ciencias sociales a nivel internacional y local frente a la opinión pública.
5. Enfoques prácticos sobre teorías: espiral del silencio, teoría hipodérmica y agenda setting. Se trabajará un caso histórico a la luz de esas tres teorías y se plantearán proyecciones a la actualidad.

- 6.Trabajo sobre la relación entre encuestas y campañas electorales. Se realizará un cruce entre encuestas y campañas electorales en la Argentina.
- 7.Análisis sobre las ideas de crisis de la representación. Se analizarán las ideas generales sobre la crisis de representación y las pautas de la política de nuevo corte.
- 8.Impacto político y opinión pública. Se trabajará sobre temas de impacto político y su influjo en la opinión pública, a través de distintos recursos (encuestas, noticias, tematización institucional, etc.).
- 9.Videopolítica. Se trabajará en clase sobre una serie de eventos de videopolítica locales e internacionales desde diversos ángulos analíticos.
- 10.Transformación del lenguaje político y esfera electoral. Análisis sobre nueva gramática política (términos, fraseología, etc.) y su circulación en la esfera electoral (campañas, comportamiento del voto, análisis en medios, etc.).
- 11.Sobre las preferencias informativas en consumos on line. Se trabajará sobre materiales ligados a las relaciones entre preferencias de consumos on line, posiciones políticas y tematizaciones públicas.
- 12.Nativos digitales y nuevas formas de construcción de opinión en redes. Ejercicio de autoreflexión del estudiantado en torno a sus consumos e intervenciones digitales a la luz de lo trabajado en la materia.

4. Cronograma de contenidos, actividades y evaluaciones.

| Unidad | Clase y tema central | Teórico | Teórico-práctico | Práctico | Actividad |
|--------|---|-----------------|------------------|---------------------------------------|---|
| 1 | 1 / Presentación de la materia / Conceptualización y orígenes de la opinión pública | Habermas | Sábato | D´Adamo, García Beaudox y Freidemberg | 1.Sobre las definiciones de opinión pública: teoría, historia y método. |
| | 2 / Transformaciones de la idea de opinión pública | Rosanvallon | Myers | Terán | 2.Opinión pública y sistema político: entre teoría e instituciones. |
| | 3/ El caso de opinión, instituciones, actores y acción social | Ory y Sirinelli | Lvovich | Roldán | 3.Referentes de opinión: intelectuales, casos públicos y espacio institucional. |
| 2 | 4 / Opinión pública, propaganda y publicidad / la esfera cultural | Lippman | Saítta / Karush | Altamirano | 3.Opinión pública y esfera cultural: medios, temas y |

| | | | | | |
|---|---|---------------------------|--------------------|------------------|--|
| | ampliada | | | | públicos. |
| | 5 / Ciencias Sociales y política en el problema de la opinión pública | Noelle Neumann / Bourdieu | Blanco | Germani | 4.Las ciencias sociales y la opinión pública desde la Sociología. |
| | 6 / Opinión pública y teorías de la Comunicación | Price | Aruguete | Varela | 5.Las teorías de la comunicación y la opinión pública ante la mediatización. |
| | Primer Parcial | | | | |
| 3 | 7 / Globalización, nuevo espacio público y formas de representación | Manin | Jait y Díaz | D'Alessandro | 6.Análisis sobre las ideas de crisis de la representación. |
| | 8 / El mundo de la medición ante las transformaciones | Champagne | Vommaro | Korn/Jorrot | 7.El mundo de la encuesta política en cuestión. |
| | 9 / Espectacularización de la política y casos de impacto público | Edelman | Waisbord | Gayol y Kessler | 8.Impacto político y opinión pública. |
| 4 | 10 / Transformaciones ante las democracias en red | Castells | Becerra | Finkelievich | 10.Redefinición de los espacios físico/virtual. |
| | 11 / Acción y opinión en redes sociales | Van Dijk | Annunziata y otros | Calvo | 11.Redes sociales y acción política como opinión pública. |
| | 12 / Nuevos públicos, nuevas formas de opinión | Murdochowicz | Becerra y Marino | Zuazo y Aruguete | 12.Nativismo digital y polarización de la opinión. |
| | Segundo Parcial | | | | |

5. Procesos de intervención pedagógica.

Las clases teóricas se organizan sobre la exposición de las grandes líneas histórico-teóricas que atañen a cada tópico de las unidades del programa; las clases teórico-prácticas se articulan sobre textos que relacionan esas problemáticas con el contexto argentino, mientras que las prácticas proponen la lectura de textos contextuales y análisis de casos para su comprensión a la luz del trabajo sobre la bibliografía previamente trabajada según la serie de actividades detalladas previamente. Las clases se estructuran como clases magistrales, clases prácticas, formato seminario-taller y trabajos sobre casos, según la ocasión. Se trabajará en los tres formatos con encuestas de opinión, relevamientos sociales, investigaciones de coyuntura u otro material sobre temas de agenda como disparadores, ejemplos y conectores de temáticas de la materia.

La materia contará con material digitalizado de los textos a trabajarse y se sumarán a estos diversos materiales de trabajo de coyuntura, abiertos al acceso del equipo docente y el estudiantado.

Asimismo, la materia asume un criterio de virtualidad de actividades hasta un 30% del programa.

6. Evaluación

Se consideran dos parciales (tras las unidades 2 y 4), además de trabajos en clase y/o domiciliarios como instancias de evaluación. Ambas evaluaciones consideran instancias de trabajo previo y posterior sobre los temas tratados. Asimismo, la aprobación de la materia requiere de la participación en las clases en un 75% y la aprobación de las actividades a realizarse en las clases teórico-prácticas y prácticas.

La materia adhiere al régimen de promoción con nota de 6 (seis) promedio entre los parciales y los trabajos prácticos.

7. Asignación y distribución de tareas de cada uno de los integrantes del equipo docente

Docente adjunto: Clases teóricas, elaboración y corrección de evaluaciones y trabajos prácticos finales, orientación y coordinación general de la materia.

Docente auxiliar: Clases prácticas y colaboración en clases teóricas, elaboración y corrección de trabajos prácticos-taller, colaboración en la corrección de evaluaciones y trabajos prácticos finales, manejo de instancias virtuales.

8. Justificación – (optativo)

La opinión pública es un fenómeno complejo, sea analizado desde la óptica de su historia, desde su relación con el universo de la política o a partir de un enfoque metodológico. En el primero de los casos, la idea de opinión pública se transforma en un concepto de densidad social en el siglo XIX europeo, pero hunde sus raíces en expresiones del Iluminismo del siglo previo y haya expresiones previas en el inicio de la Modernidad. En el contexto decimonónico, la idea de opinión pública viajó desde Europa a América y, más allá de los diferentes contextos, se centró en una idea política: la construcción de las repúblicas de la opinión. Desde ese momento, la opinión pública atravesó diferentes instancias histórico-políticas y distintas fueron las formas en qué intentó definírsela y medírsela. En distintos contextos y por diferentes vías, la opinión pública fue objeto de reflexiones políticas, de abordajes sociológicos, pautas psicológicas y estadísticas o estrategias publicitarias, entre otras pautas disciplinarias, incluso al punto de convertirse en eje de las Ciencias de la Comunicación.

El presente programa presenta un enfoque para Ciencia Política pautado en cuatro cortes históricos que abordan bloques temporales marcados por grandes lógicas generales de concepción sobre la opinión pública, desde el plano internacional al local, donde las cuestiones centrales para la disciplina entran en diálogo con otras de relevancia para disciplinas convergentes, especialmente la Sociología y las Ciencias de la Comunicación, desde una óptica que considera la perspectiva historiográfica. Ello permite al mismo tiempo que el curso provea al estudiantado de una perspectiva que brinde tanto una historia intelectual del problema como el acceso a herramientas teóricas, metodológicas y analíticas puntuales. A la luz del programa de la carrera de Ciencia Política, se busca dar cuenta de una mirada que sea al

mismo tiempo centrada en temas, enfoques y problemas propios de la disciplina como abrirlos a un entramado transdisciplinar, especialmente necesario dado las peculiares características de un objeto de historia compleja y permanente desarrollo dinámico.