

Título del curso

“Política, medios y públicos. Apuntes teórico-metodológicos para la investigación”

Curso de Educación Permanente FIC UDELAR

CUPO: ----- estudiantes

Horario:

Horas totales del curso: 20 horas totales (12 hs presenciales y 8 hs virtuales).

Fecha de comienzo: 28 de septiembre

Docente: Dra. Natalia Aruguete

Es investigadora del Conicet. Es doctora en Ciencias Sociales (UNQ) y Magíster en Sociología Económica (IDAES-UNSAM). Es profesora en la Universidad Nacional de Quilmes y la Universidad Austral. Su línea de investigación se centra en el estudio de las agendas política, mediática y pública en el diálogo entre medios tradicionales y medios sociales, desde las teorías de la Agenda Setting, el Framing y el Indexing. Es colaboradora en Página/12 y en Le Monde Diplomatique. Es autora de “El poder de la agenda. Política, medios y públicos” (Biblos, 2015).

Fundamentos generales del curso

Producto de su doble carácter económico y simbólico, los medios de comunicación son actores centrales en la articulación del espacio público puesto que participan tanto de la reproducción del capital como de los procesos ideológicos que la sustentan. La profesionalización de la prensa gráfica hacia fines del siglo XIX, la propagación del cine, la irrupción de la radio como medio de masas hacia 1920 y la difusión de la televisión en la década de 1940 sentaron las bases de un desarrollo mediático que impactó en la vida de los ciudadanos, organizando sus experiencias sociales y sus forma de ver y conocer el mundo. La consolidación de los medios masivos fue un factor dinamizador de la investigación académica, la cual se inició también en la segunda década del siglo XX. Desde sus inicios, la indagación sobre la relación entre medios, política y ciudadanía fue puesta de manifiesto. La Comunicación Política nació con el afán de responder los interrogantes que planteaba un nuevo tiempo signado por el consumo masivo de mensajes mediáticos y por elites políticas que se fueron adaptando a la lógica de estos.

La noción de que el hombre accede a los acontecimientos que quedan más allá de su experiencia directa principalmente a través de los medios tuvo una doble implicancia. En primer lugar, puso de manifiesto la relevancia del poder mediático en el otorgamiento del estatuto de “realidad” a aquello que es siempre el resultado de un activo proceso productivo. En segundo lugar, promovió la indagación sobre los distintos componentes de la relación entre sistema mediático, sistema político y opinión pública.

En el proceso colectivo de construcción de agenda, medios, gobiernos y ciudadanía se influyen recíprocamente en, al menos, algunos aspectos. Los mensajes noticiosos contienen los indicios de su contexto comunicativo y de los escenarios en los que son construidos. Dado que los medios no actúan con independencia del sistema político, su rol en el espacio público debe ser estudiado tanto por los efectos que generan en la opinión pública como por los factores internos y externos a las instituciones mediáticas que condicionan la práctica periodística. En otras palabras, es importante indagar los marcos en los que tales discursos se producen como aquellos que genera. Hablamos de marcos —o

encuadres— porque entendemos que en la narración mediática quedan plasmados los valores, rasgos e intereses que comparten los miembros de una comunidad.

En ese cruce problemático centra su mirada el Seminario de Posgrado “**Política, medios y públicos. Apuntes teórico-metodológicos para la investigación**”. A partir de una revisión inicial por los antecedentes de la Comunicación Política como campo de indagación teórica, se aborda la noción de la noticia como resultado de un proceso productivo en el que intervienen múltiples factores. Entre ellos, se destacan las rutinas productivas, los intereses mediáticos, los criterios de noticiabilidad y la presión que las fuentes de información ejercen sobre la agenda informativa. Posteriormente, se propone una revisión crítica de las principales perspectivas que analizaron los efectos mediáticos cognitivos, acumulativos de mediano y largo plazo. Específicamente, se abordan la teoría de la Espiral del Silencio, la teoría del Cultivo y la teoría del Establecimiento de Agenda. El desarrollo de la investigación derivó en la elaboración de perspectivas que estudiaron de manera integral el proceso de la comunicación. La teoría del Framing es un ejemplo de ello. El abordaje de estos enfoques posibilitará pensar la comunicación en términos de una compleja transferencia multidireccional de encuadres que están presentes tanto en los medios como en la sociedad. Por último, se analizará la problemática ligada a la irrupción de los medios digitales y las redes sociales. La gestación de entornos convergentes invita tanto contrastar la validez de los conceptos del pasado, como a analizar los nuevos modos de uso, acceso y participación de políticos y ciudadanos en la red. La caracterización de la web y los modelos de acción de los distintos actores, así como el análisis de la política 2.0 y su vínculo con la opinión pública constituirán un cierre arbitrario y provisorio de una realidad que desborda a la(s) teoría(s) permanentemente. El Seminario busca abordar los ejes descritos desde una mirada crítica, con la certeza de que ello aportará elementos para analizar y razonar sobre diversos aspectos que hacen a la relación entre medios de comunicación y espacio público.

Destinatarios

Graduados y estudiantes de posgrado de carreras de Comunicación, de Ciencias Políticas, de Sociología, analistas políticos, integrantes de burocracias estatales y organismos públicos, profesionales de medios de comunicación y partidos políticos.

Objetivos

Generales

- Sistematizar los diferentes enfoques conceptuales que analizaron, desde el campo de la Comunicación Política, la compleja relación entre medios de comunicación, sistema político y opinión pública.
- Ofrecer herramientas teóricas para el análisis crítico de las coberturas mediáticas desde perspectivas diversas y complementarias.

Específicos

- Contextualizar temporal y conceptualmente el nacimiento de la preocupación

académica acerca de la relación entre medios de comunicación, sistema político y opinión pública.

- Analizar el debate entre las perspectivas teóricas que estudiaron la influencia de los medios sobre la opinión pública y aquellas que se denominan “integrales” del proceso de la comunicación.
- Reflexionar acerca de los factores y procesos que inciden en las rutinas productivas de los periodistas durante los procesos de construcción de la noticia.
- Comprender el vínculo entre periodistas y fuentes de información y cómo se juegan las relaciones de poder en dicha convivencia.
- Recorrer el estado del arte de los estudios empíricos desarrollados en el marco de estas corrientes de investigación.
- Conocer y ejercitar las técnicas utilizadas por estos enfoques conceptuales para el análisis de las distintas instancias del proceso comunicacional.

Contenidos

LA RELACIÓN ENTRE MEDIOS, POLÍTICA Y OPINIÓN PÚBLICA

Los medios de comunicación y su relación con la opinión pública y el sistema político. El establecimiento de Agenda: agendas mediática, política y pública. Los medios como actores políticos.

Bibliografía obligatoria:

García Beaudoux, V., D'Adamo, O., & Aruguete, N. (2014). Opinión pública y medios de comunicación de masas. En E. M. Zubieta, J. F. Valencia, & G. I. Delfino (Eds.), *Psicología Social y Política: procesos teóricos y estudios aplicados* (1º, pp. 340-390). Buenos Aires: Eudeba.

McCombs, M. (2006). ¿Cómo funciona el establecimiento de agenda? En *Estableciendo la agenda* (pp. 81-134). Barcelona, Paidós.

Zunino, E. & Ortiz Marin, M. (2016). Los medios y las elecciones: la agenda informativa de la campaña presidencial de 2015 en la Argentina. *Más Poder Local*, 30, 43-51.

Aruguete, N. (2016). Capítulo 6. Fase III: el segundo nivel de fijación de la agenda. El efecto sobre las actitudes. En *El poder de la agenda. Política, medios y público* (pp. 93–107). Buenos Aires: Biblos.

Aruguete, N. (2013). La narración del espectáculo político: pensar la relación entre sistema de medios y poder político. *Austral Comunicación*, 2(1), 205–216.

Bibliografía ampliatoria:

Aruguete, N. (2015). Los padres intelectuales de la agenda setting. En *El poder de la agenda. Política, medios y público*. Buenos Aires: Editorial Biblos, 25-34.

Cohen, B. (1963). A setting. En *The press and the foreign policy* (pp. 3-16). Berkeley: IGS.

Lang, K. & Lang, G. (1986 [1955]). Los mass-media y las elecciones. En de Moragas, M., *Sociología de la comunicación de masas* (pp. 66-94). Barcelona: Ediciones Gili.

Ghanem, S. (1997). Filling in the Tapestry: The Second Level of Agenda Setting. En M. McCombs, D. Shaw y D. Weaver (eds.), *Communication and Democracy. Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda-Setting Theory* (pp. 3-14). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Lippmann, W. (1964). El mundo exterior y nuestras imágenes mentales (1922). En *La Opinión Pública* (pp. 13-31). Buenos Aires: General Fabril.

Zunino, E. (2016). La valoración de las noticias políticas en la agenda mediática: una propuesta metodológica para el análisis de contenido. *Communication & Society*, 29(4), 235–254

LA INVESTIGACIÓN SOBRE LOS EFECTOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS

Espiral del silencio. Agenda temática y agenda de atributos. Cultivo televisivo. Estudios empíricos.

Bibliografía obligatoria:

Noelle-Neumann, E. (1995). La espiral del silencio. En J-M Ferry, D Wolton et al., El nuevo espacio público (pp. 200-209). Barcelona: Gedisa.

Gerbner, G. et al. (1996). Crecer con la televisión. En J. Bryant & D. Zilmann, Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías (pp. 35-66), Paidós: Barcelona.

Morgan, M. (2008). La teoría del cultivo. En Baquerin, M. (Ed.), Los medios ¿aliados o enemigos del público? (pp. 7-46). Buenos Aires: Educa.

Bibliografía ampliatoria:

Bowen, F., & Blackmon, K. (2003). Spirals of Silence: The Dynamic Effects of Diversity on Organizational Voice. *Journal of Management Studies*, 40(6), 1393-1417.

Dalisay, F., Hmielowski, J. D., Kushin, M. J., & Yamamoto, M. (2012). Social Capital and the Spiral of Silence. *International Journal of Public Opinion Research*, 24(3), 325-345.

LA NOTICIA COMO RESULTADO DE UN PROCESO DE CONSTRUCCIÓN

La construcción de la noticia: Newsmaking. Selección y omisión de temas: Gatekeeping. Las fuentes de la información: Indexing. Criterios de noticiabilidad y procesos de tematización.

Bibliografía obligatoria:

Hernández Ramírez, M. E. (1997). La sociología de la producción de noticias. *Comunicación y Sociedad* 30, 209-242.

Arrueta, C. (2013). Identidad(es) periodística(s). Una mirada desde los escenarios de tensión. *Revista Tram[p]as de La Comunicación y La Cultura*, 76(julio-octubre), 81-87.

Charron, J. (1995). Los medios y las Fuentes. En G. Gauthier, A. Goselin; J. Mouchon (Comps.), *Comunicación y política* (pp. 72-94). Gedisa: Barcelona.

Bennett, W. L. (1996). An introduction to journalism norms and representations of politics. *Political Communication*, 13(4), 373-384.

Bibliografía ampliatoria:

Eilders, C. (2000). Media as Political Actors? Issue Focusing and Selective Emphasis in the German Quality Press, *German Politics*, 9(3), 181-206.

Cervantes Barba, C. (2001). La sociología de las noticias y el enfoque Agenda setting. *Convergencia*, 24, 49-65.

Lecaros, J. y Green, F. (2014). Editores chilenos y rutinas periodísticas: revisión y propuesta para un estudio sobre el cambio en la sala de redacción. *Cuadernos de Información*, 30, 53-60.

Balbin, C. (2008). La producción de noticias. En Baquerin de Riccitelli, M. (Ed.), *Los medios ¿aliados o enemigos del público? Derivaciones de las teorías de la comunicación surgidas en los setenta* (pp. 238-281). Buenos Aires: EDUCA.

Aruguete, N. (2017). Agenda building. Revisión de la literatura sobre el proceso de construcción de la agenda mediática. *Signo y Pensamiento*, 36(70), 38-54.

MEDIOS, POLÍTICA Y OPINIÓN PÚBLICA EN ENTORNOS DIGITALES

La comunicación en la red como objeto de estudio de la Comunicación Política. Medios on line, redes sociales y campañas electorales. Estudios empíricos. Perspectivas y prospectiva de la investigación.

Bibliografía obligatoria:

- Aruguete, N. (2017). The agenda setting hypothesis in the new media environment. *Comunicación y Sociedad*, 28, 37-60.
- Boczkowski, P. J. y Mitchelstein, E. (2015). Cuando la oferta y la demanda no coinciden. En *La Brecha de Las Noticias. La divergencia entre las preferencias informativas de los medios y el público* (pp. 1-24). Buenos Aires: Ediciones Manantial.
- Calvo, E. (2015). Prefacio. Twitter, política y la cámara de eco. En *Anatomía Política de Twitter En Argentina. Tuiteando #Nisman* (pp. 11-18). Buenos Aires: Capital Intelectual.

Bibliografía ampliatoria:

- Boczkowski, P. Mitchelstein, E. & Matassi, M. (2016, julio). La noticia incidental. *Revista Anfibia*.
- Rost, A. & Bergero, F. (2012). *Periodismo en contexto de convergencias* (1° ed.). Gral. Roca, Publifadecs.
- Boczkowski, P. (2016, diciembre). La posverdad. *Revista Anfibia*.
- Odriozola Chené, Javier (2012). Cibermedios y "agenda-setting": La configuración de la agenda mediática internacional. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico* 18(1), 157-71.
- Rubio García, R. (2014). Twitter y la teoría de la Agenda-Setting: mensajes de la opinión pública digital. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 20, 249-264.
- Calvo, E. (2015). Tuiteando #Nisman: el primer tuit. En *Anatomía Política de Twitter En Argentina. Tuiteando #Nisman* (pp. 19-44). Buenos Aires: Capital Intelectual.

ENFOQUES INTEGRALES DE LA COMUNICACIÓN

La teoría del Framing y sus antecedentes teóricos. Etapas del Framing: encuadres de los emisores, encuadres de las noticias y encuadres de las audiencias. Discusión teórico-conceptual con la Agenda Setting. Debate acerca de la objetividad de los medios de comunicación.

Bibliografía obligatoria:

- Bateson, G. (1976). Una teoría del juego y la fantasía. En *Pasos hacia una ecología de la mente* (pp. 205-221). Buenos Aires: Carlos Lohlé.
- Koziner, N. (2015). El Framing: un programa de investigación para el estudio de las comunicaciones mediáticas. *Animus. Revista Interamericana de Comunicação Midiática*, 14(28), 22-45.
- Aruguete, N. (2017). Agenda setting y framing: un debate teórico inconcluso. *Más Poder Local*, 30, 36-42.
- Tuchman, G. (1999). La objetividad como ritual estratégico: un análisis de las nociones de objetividad de los periodistas. *CIC*, 4, 199-217.

Bibliografía ampliatoria:

- Koziner, N. (2013). Antecedentes y fundamentos de la teoría del Framing en comunicación. *Austral Comunicación*, 2(1), 1-25.
- Sádaba, T. (2008). El empleo de la teoría del framing en la teoría de la comunicación. En *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios* (pp. 84-106). Buenos Aires: La Crujía.
- Entman, R. (1993). Framing: Toward a clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*,

43(3), 51-58.

Sádaba, M.T., Rodríguez Virgili, J. & Bartolomé Castro, M. (2012). Propuesta de sistematización de la teoría del framing para el estudio y praxis de la comunicación política. *Observatorio Journal*, 6(2): 109-126.

Gitlin, T. (1985). Convertir a los movimientos de protesta en temas periodísticos. En Graber, D., *El poder de los medios en la política*. Buenos Aires: Grupo Editorial Latinoamericano, pp. 289-302.

Metodología

Las clases presenciales del Seminario combinarán las modalidades teórica y práctica. La primera consistirá en el análisis y discusión de textos teóricos y la segunda incorporará el estudio de casos y el debate de actualidad en relación con los temas que aborda el seminario. Los estudiantes realizarán controles de lectura individuales y foros grupales a través de la plataforma virtual. Allí se incluirán entregas de trabajos prácticos parciales, otra vía para corroborar la comprensión lectora de la bibliografía.

Evaluación

El trabajo final del Seminario consistirá en un ensayo/monografía donde el estudiante demuestre que ha adquirido una profunda comprensión de la bibliografía trabajada durante la cursada o un proyecto de investigación en el que aplique con precisión las herramientas teórico-metodológicas adquiridas en clase. Si bien cada uno de los trabajos parciales realizados a lo largo de la cursada virtual conformará la nota final del curso, el mayor peso estará dado por la calificación obtenida del trabajo final llevado a cabo individualmente.

Bibliografía recomendada

La bibliografía se presenta al final de cada una de las unidades presentadas en los contenidos del curso.