
DISEÑO CURRICULAR DE LA EDUCACIÓN SECUNDARIA

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y OPINIÓN PÚBLICA

6TO. AÑO

FUNDAMENTACIÓN

La opinión pública, en sus variados usos, ha connotado siempre un espacio discursivo de desempeño de “lo público”. Es así que un modo de aproximación muy común al fenómeno de la opinión pública es oponerla al espacio de “lo privado”, donde se pone en evidencia por lo menos, dos aspectos que la definen. Por un lado, el carácter político inscripto en su definición, y en consecuencia, su separación de la esfera del mercado. Y por otro lado, la cualidad de discurso público que la caracteriza como un espacio de comunicación que facilita la disputa de argumentos diversos y se orienta el entendimiento. En este sentido, el tratamiento de la opinión pública nos adentra en el terreno de las condiciones que hacen posible el ejercicio de la palabra, por tanto, llama a la reflexión sobre la realización histórica de la libertad y los derechos de nuestro contexto.

Desde su conexión con la res pública y la doxa, en la tradición griega clásica, hasta la mediación tecnológica de las interacciones en las actuales sociedades complejas, el concepto ha mantenido estas cualidades aunque han variado los ámbitos de atención de la opinión pública. Con la influencia de los medios de comunicación de masas lo público ya no es sólo objeto de la política, limitada a la institucionalidad democrática y legislativa, sino que se ha extendido para incorporar otros ámbitos de la vida personal y social.

Los medios de comunicación se han convertido en ámbitos privilegiados del espacio público, información, propaganda, publicidad y consenso. Su formidable capacidad de difusión les confiere inevitable omnipresencia y es justamente allí donde radica su debilidad más notoria; esto se debe a que están destinados a servir a la sociedad, de la cual toman su razón de ser, pero no necesariamente la expresan, es decir, no la comunican.

La opinión pública es el conjunto de ideas que pueden expresarse en la esfera del público sin miedo al aislamiento o a la coacción dado que para ejercerla, es necesario detentar algún tipo de poder. Se entiende de esta manera, que la formación de la opinión pública es un fenómeno social que se genera al amparo de la comunicación política, mientras que los medios de comunicación constituyen cualquier objeto que hace las veces de vía para conducir la información, en este caso opinión, de un sujeto a otro.

La relación de la opinión pública con los medios de comunicación de masas y con la esfera política es bastante clara. Respecto a lo primero, es evidente que los medios son el primer y principal instrumento, no sólo de interacción de opiniones individuales, sino vehículo de difusión de opiniones asumibles por individuos carentes de una postura sobre muchas cuestiones de la realidad circundante.

DISEÑO CURRICULAR DE LA EDUCACIÓN SECUNDARIA

Desde los años 60, los medios de comunicación asumen cada vez más el papel de mediación simbólica, tanto en la cultura como en la política. Se reconoce que los medios de comunicación no sólo son vehículos de expresión sino también creadores de opinión pública.

La opinión pública necesita de tal forma los medios de comunicación para su expresión y conocimiento. El problema radica en saber si se trata de una mediación neutra, fiel, “reflejo de la opinión pública”, o si la mediación se convierte en mediatización, reflejo de los intereses de todas aquellas instancias que se ocultan detrás y que se convierten en “creadores” de la opinión pública. Los medios como tal no manipulan ni crean la opinión pública, sino aquellos actores que actúan a través de ellos: líderes, grupos de presión, élites políticas y poder en general.

Esta visión crítica de las masas y de medios aborda los siguientes contenidos: la tematización (¿qué hay que pensar?), la categorización (¿cómo pensarlo?) y la jerarquización (¿qué valor concederle?). Este esquema supone la creación de una imagen –modelo, metáfora– del mundo que incluye toda una «opinión» sobre necesidades, valores, experiencias, creencias y expectativas. El Estado, como democracia de masas, exige la creación de una opinión pública con el objeto de que pueda hacerse efectivo un proceso permanente de formación de criterios y de voluntad como correctivo –y garantía de libertad– del ejercicio del poder y del dominio (Habermas, 1987).

En consonancia con los planteamientos de Habermas podemos decir que la imagen del mundo que se estructura a partir de los mensajes de los medios de comunicación es una construcción social de la realidad, determinada no sólo por la ideología y los intereses de los individuos, sino también de los propios medios; o, más concretamente, los medios de masas son determinantes en la percepción que tenemos de los hechos, normas y valores de la sociedad en el momento en que hacen una selección de temas y adoptan un punto de vista que subraya unos aspectos y oculta otros.

Profesores y alumnos tienen la ocasión con este espacio de observar y discutir cómo influyen los medios de comunicación en la construcción de la opinión pública, de qué modo incorporan temas y problemas y los convierten, a través de estrategias concretas, en objetos de ésta. Podrán analizar cómo se definen y sancionan ciertos acontecimientos, cómo ciertas anécdotas se manipulan de tal modo que confluyan en un mismo tema, cómo se enfatizan determinados recortes de la realidad narrada, en fin, cómo se construye el relato mediático para la elaboración de corrientes de opinión.

También disponen de este espacio curricular para ejercitar de manera reflexiva y responsable estrategias comunicacionales orientadas a la difusión y persuasión de ideas políticas y para el desarrollo de la crítica de medios de producciones comunicacionales ligadas a la política. De este modo será un lugar para aproximarse al desarrollo de la contienda política y del debate de ideas, reconociendo en los medios posicionamientos estratégicos orientados a formar opinión. En este sentido, es un buen sitio para reconocer la propiedad inclusiva o excluyente de los procesos discursivos: los procedimientos de ocultamiento, énfasis, exageración, olvido y silenciamiento, que operan en toda formación de discurso político.

Este espacio curricular se articula con los contenidos de Cultura y Comunicación, propuesto para el quinto año de la orientación y en forma horizontal, con el espacio Lectura y Análisis de Medios. También los diálogos con otros espacios curriculares permiten trabajar con Historia y/ o Formación Ética y Ciudadana, problemáticas como la censura o las normativas sobre la libertad de expresión.

DISEÑO CURRICULAR DE LA EDUCACIÓN SECUNDARIA

CAPACIDADES A DESARROLLAR

- Argumentar críticamente: analizar y evaluar ideas, establecer comparaciones, contrastar fuentes de información, elaborar propuestas y ofrecer alternativas.
- Leer y analizar críticamente producciones de los medios en relación con la formación de la opinión pública.
- Conocer, mediante la lectura y análisis, la legislación que regula los medios de comunicación.
- Producir textos argumentativos y persuasivos utilizando medios audiovisuales y tecnologías de información y la comunicación, reconociendo la diferencia entre su uso productivo y crítico y uno meramente instrumental.
- Reconocer la diferencia y vinculación, en el terreno de la política, las agendas mediáticas y agendas públicas y el modo en que instalan temas y problemas de distinta índole en los medios de comunicación y las redes sociales.
- Formular proyectos de investigación de corte sociológicos que incluyan el trabajo con encuestas y grupos focales.

EJES FORMATIVOS

EJE TEMÁTICO N° 1: LA OPINIÓN PÚBLICA

Recorrido socio-histórico. Del sistema feudal al sistema capitalista. Cambios económicos y políticos. Revolución Industrial. Surgimiento burguesía. Transformación espacios públicos y privados. Teatros, clubes y bares: de la representación para los reyes a la presentación para la población. Surgimiento del público. Modificación concepto de política. De lo privado a lo público. Los ciudadanos y el rol de la opinión pública. La crítica, herramienta de limitación del poder estatal. Cualidades de la opinión pública: Pluralismo. Respeto diversidad opiniones. Disenso. Búsqueda de consenso. Burguesía, sector social relacionado con posibilidad de participación política: Excluidos participación política: mujeres, obreros, artesanos.

EJE TEMÁTICO N° 2: LOS MEDIOS MASIVOS Y LA OPINIÓN PÚBLICA

Complejización en la relación entre medios y opinión pública. Influencia de los medios en opiniones. Los medios y la instalación de temas. Perspectivas de análisis y propuestas. Principales

DISEÑO CURRICULAR DE LA EDUCACIÓN SECUNDARIA

transformaciones mediáticas en la década '90 siglo XX. Televisión, escenario principal del debate. Televisión, espacio de denuncia social. Críticas: Reducción debate argumentativo político. Preeminencia elementos persuasivos sobre argumentativos. Encuestas y sondeos. Técnicas de investigación. Características y utilización. Posturas a favor. Encuesta: favorecedora derecho a la información de los ciudadanos. Contribución a la formación de opiniones. Críticas a la encuesta. Ausencia de debate colectivo. Información parcial y distorsionada. Pretensión objetividad de la encuesta.

EJE TEMÁTICO N°3: RELACIONES ENTRE ESTADO, SOCIEDAD Y MEDIOS

Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual N° 26.522/09. Perspectivas de análisis. La comunicación, servicio público. Objetivos: democratización de la información. Evitar monopolios. Diferentes posturas. Controversias. Posturas Multimedios. Normativas anteriores. Ley de Radiodifusión N° 22.285. (Sancionada en 1980). Gobiernos democráticos. Dificultades sanción de normativas sobre regulación comunicación. Intereses en juego. Rechazo regulación de grupos monopólicos. El derecho a la información. Libertad de opinión. Libertad de expresión. Libertad de empresa. La Revolución Francesa: consagración libertad de expresión individual. Mediados siglo XIX. Estados Unidos: advenimiento prensa comercial. Normativa habilitación empresas informativas. 1948: Declaración Universal de Derechos Humanos de la ONU. Derecho de toda persona a la libertad de opinión y de expresión. La sociedad como beneficiaria del derecho a la información. Desigualdades acceso a la información. Dificultad para garantizar derecho a la información.

ORIENTACIONES PARA LA ENSEÑANZA

De acuerdo con el sentido general de la orientación se considera primordial la asunción de un enfoque de enseñanza que en un mismo movimiento recorra los tres aspectos fundamentales de acercamiento a los procesos y productos comunicacionales: observación, análisis y producción. En particular este espacio implica un acercamiento multidisciplinario a conceptos como opinión pública, actitudes y expectativas sociales, medios de comunicación, derecho a la comunicación, política y ciudadanía. Para ello resulta de gran relevancia el uso de bibliografía acorde al nivel que aborde desde diversas perspectivas temáticas y problemáticas contenidas en esos términos.

- A su vez, el espacio puede convertirse en un observatorio de tendencias de opinión entre los propios alumnos y docentes de la escuela respecto a determinados tópicos que pueden estar en relación con los medios de comunicación o ser propios del establecimiento. Esto permite ensayar formas de elaboración y seguimiento de la opinión pública recurriendo a fórmulas clásicas como la asamblea o foros o más sociológicas como el uso de cuestionarios estandarizados o grupos focales.

DISEÑO CURRICULAR DE LA EDUCACIÓN SECUNDARIA

De este modo, el proceso de enseñanza y aprendizaje puede seguir formatos diversos y flexibles que incorporen la clase expositiva, el taller para la elaboración de cuestionarios o prácticas de grupo focal, la extensión a todo el establecimiento para la investigación de tendencias de opinión por medio de encuestas.

EVALUACIÓN: CRITERIOS

Se propone una concepción integral de la evaluación, orientada no sólo a los resultados, sino a los procesos. Dado que se trata de un espacio de análisis de bibliografía y textos legales, ejercicios participativos de elaboración y desempeño de temas, diseño y elaboración de procesos investigativos y práctica de relevamiento de opinión pública.

Se sugiere tomar en cuenta el involucramiento de los alumnos en cada uno de estos procesos. Además de la participación se puede tomar en cuenta el ejercicio de destrezas analíticas y críticas como la pertinencia de las argumentaciones en tareas expositivas y argumentales, el uso de fuentes de información, la creatividad en la oferta de alternativas en discusiones grupales.

A su vez, es posible evaluar el desempeño de los alumnos en la formulación de proyectos de indagación de opinión pública: la capacidad de formular preguntas de investigación, elaborar pasos de investigación hasta la redacción de cuestionarios, la producción de resultados de investigación.

BIBLIOGRAFÍA SUGERIDA

PARA EL DOCENTE

- Blanco, Daniela y Germano, Carlos** (2005): *20 años de medios y democracia en la Argentina*. Buenos Aires La Crujía Ediciones.
- Blaustein, Zubieta** (1998): *Decíamos ayer: La prensa argentina bajo el proceso*. Buenos Aires. Colihue.
- Bourdieu, Pierre** (1990): "La opinión pública no existe" en *Sociología y cultura*. México: Grijalbo.
- Caletti, Sergio** (compilador) (2007): *Comunicación. Sociedad y medios*. Buenos Aires. Santillana Polimodal (26, 27, 31, 33, 35, 117)
- Cicalese, Gabriela** (2003): *Teoría de la Comunicación. Herramientas para descifrar la comunicación humana*. Colección Con- Textos.1. Buenos Aires. Editorial Stella. (157, 163, 173, 177).
- Daya, Daniel** (1997): *En busca del público*. Barcelona: Gedisa.
- Habermas, Jürgen** (1986): *Historia y crítica de la opinión pública*. México: Gustavo Gilli.
- Halperín, Jorge** (2007): *Noticias del poder. Buenas y malas artes del periodismo político*. Buenos Aires: Ediciones Aguilar.

DISEÑO CURRICULAR DE LA EDUCACIÓN SECUNDARIA

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

Loretti, Damián (1999): *El derecho a la comunicación*. Buenos Aires. Editorial Paidós.

Mastrini, Guillermo y Martín Becerra (2006): *Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. Buenos Aires: Prometeo Libros.

Sinópoli, Daniel (2007): *Opinión pública y consumos culturales*. Buenos Aires: Docencia.

Pooper, Karl (1994): "La opinión pública y los principios liberales" en *Conjeturas y refutaciones*. Barcelona. Paidós.

Price Vincent (1994): *La opinión pública. Esfera pública y comunicación*. Barcelona: Paidós.

PARA EL ALUMNO

Blaustein, Zubieta (1998): *Decíamos ayer: La prensa argentina bajo el proceso*. Buenos Aires. Colihue.

Caletti, Sergio (compilador) (2007): *Comunicación. Sociedad y medios*. Buenos Aires. Santillana Polimodal (26, 27, 31, 33, 35, 117)

Cicalese, Gabriela (2003): *Teoría de la Comunicación. Herramientas para descifrar la comunicación humana*. Colección Con- Textos.1. Buenos Aires: Nivel Polimodal y Escuelas Medias. Editorial Stella. (157, 163, 173, 177)

PORTALES WEBS

http://www.ugr.es/~pwlac/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferreres.html

<http://exiliointerior-linzhe-trabajos.blogspot.com.ar/2008/02/influencia-de-los-medios-en-laopinin.html> <http://www.ucm.es/info/cpuno/asoc/profesores/lecturas/uriarte.pdf>

<http://www.unne.edu.ar/unnevieja/Web/cyt/cyt/2002/01-Sociales/S-013.pdf>

<http://historiapolitica.com/datos/biblioteca/pineiro3.pdf> <http://www.saap.org.ar/esp/docs-congresos/congresos-saap/VI/areas/07/amadeo.pdf> <http://www.afsca.gob.ar/ley-de-servicios-de-comunicacion-audiovisual-26-522/>

SITIOS WEB PARA ALUMNOS

<http://www.afsca.gob.ar/ley-de-servicios-de-comunicacion-audiovisual-26-522/>

<http://josemramon.com.ar/wp-content/uploads/Aparicio-AH%C3%A9ctor-Medios-de-comunicaciony-opinion-publica-en-la-sociedad.....pdf>

http://www.ugr.es/~pwlac/G25_01JoseMaria_Rubio_Ferreres.html

<http://exiliointerior-linzhe-trabajos.blogspot.com.ar/2008/02/influencia-de-los-medios-en-laopinin.html>