Secretaría de Estudios Avanzados
Subsecretaría de Doctorado

Programa de Seminario de Doctorado

Año: 2017

Nombre del seminario:

Seminario de lectura dirigida
EL PODER DE LOS MEDIOS EN LA POLÍTICA. Historia crítica de la Agenda Setting

Nombre del Profesor:
Aruguete Natalia

Área temática sugerida:
Teoría política y social contemporánea

1. Fundamentación

La relación presente entre los medios de comunicación, la clase dirigente y la ciudadanía se remonta al surgimiento de los primeros periódicos de la Edad Moderna y el análisis de esa interacción también se da desde ese momento en autores como Alexis de Tocqueville. No obstante, fue recién en 1920 cuando los medios pasaron a ser masivos con la invención de la radio. Desde entonces, diversos actores, entre ellos analistas, académicos y dirigentes políticos, han mostrado un creciente interés en la opinión pública y en la influencia que los medios de comunicación —viejos y nuevos— pueden o no ejercer en la percepción pública.

Políticos, medios de comunicación y público están inmersos en la misma comunidad y allí dialogan y compiten —algunos con más eficiencia que otros, según las circunstancias— intentando plantear un listado de inquietudes y propuestas para el conjunto de la sociedad. La agenda que definitivamente queda instalada pone en evidencia la correlación de fuerzas existente en esa comunidad en ese momento determinado.

Asumiendo que los medios "no actúan con total autonomía respecto del sistema político", dentro del cual son "uno de los motores" (Lang y Lang, 1984 [1981]: 246), apoyamos la iniciativa de estos autores de definir este proceso como la construcción de la agenda, más que el establecimiento de la agenda pública. "La construcción de agenda —expresión más adecuada que establecimiento de agenda— es un proceso colectivo en el que los medios, el gobierno y la ciudadanía se influyen recíprocamente en, al menos, algunos aspectos" (Lang y Lang, 1984 [1981]: 246).

Es en este "juego de titanes" que se inserta el Seminario "EL PODER DE LOS MEDIOS EN LA POLÍTICA. Historia crítica de la Agenda Setting", cuyo propósito es indagar el campo comunicacional existente y discutir ideas que ganen terreno en la arena pública. Aunque haremos hincapié en el papel que los medios juegan en esta dinámica, es fundamental conocer lo que se ha teorizado acerca de la relación entre los actores políticos, los medios de comunicación y los ciudadanos.

BREVE PRESENTACIÓN DE LOS CONTENIDOS DEL SEMINARIO

Durante las décadas de 1960 y 1970 se realizaron diversos estudios que confirmaron lo que algunos investigadores habían alertado tiempo antes, cuando se enfrentaron al paradigma de los "efectos limitados". Por ejemplo, Kurt y Gladys Lang advirtieron que no había pruebas suficientes para eliminar la creencia de muchos académicos, según la cual los mass media son más influyentes de lo que a veces desearíamos (Lang y Lang, 1993 [1955]).

En esa línea, la teoría del "Establecimiento de la agenda" (Agenda Setting), acuñada por McCombs y Shaw en 1972, se centró en la influencia de los medios sobre las imágenes que las personas se forman de su entorno. Los medios masivos no solo fueron estudiados en relación con los efectos que podían generar en el público, también se analizó cuáles eran los factores que incidían en sus coberturas.

Desde perspectivas como la agenda building, el indexing y el newsmaking se revisó el complejo proceso de construcción de la agenda mediática, es decir, los condicionamientos que intervienen a la hora de seleccionar los temas que serán noticia y la forma de hablar sobre ellos. Entre estos condicionantes podemos encontrar limitaciones institucionales, valores noticiosos, hábitos profesionales, rutinas de trabajo y la relación de los periodistas y los medios con la esfera política.

El Seminario busca sobrevolar estas perspectivas teóricas desde una lectura detenida y crítica de la bibliografía propuesta, con la certeza de que ello nos dará elementos para analizar y razonar sobre diversos aspectos que hacen a la relación entre medios de comunicación y espacio público.

2. Objetivos

Que los alumnos,

- Conozcan y problematicen la relación entre agenda política, agenda mediática y agenda pública desde las teorías de la construcción y establecimiento de la agenda.
- Recorran el estado del arte de los estudios empíricos desarrollados en el marco de esta línea de investigación.

- Reflexionen acerca del vínculo entre medios de comunicación y fuentes de información y, en esa línea, cómo se juegan las relaciones de poder en dicha convivencia.

3. Contenidos (divididos en unidades temáticas)

UNIDAD 1. LA INVESTIGACIÓN DE EFECTOS DE LOS MEDIOS EN LA OPINIÓN PÚBLICA

Influencia de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública. Establecimiento de la agenda (*agenda setting*). Agenda de atributos. Aplicación empírica de la teoría en investigaciones concretas. Derivaciones de la agenda setting. La relación de los medios tradicionales y los nuevos medios.

Bibliografía obligatoria

LIPPMANN, W. (1964 [1922]). El mundo exterior y nuestras imágenes mentales. En *La opinión pública*. Buenos Aires: Compañía General Fabril Editora, pp. 13-31.

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

GARCÍA BEAUDOUX, V., D'ADAMO, O. y ARUGUETE, N. (2014), Opinión Pública y Medios de comunicación de masas, En E. Zubieta, J. Valencia y G. Delfino, *Psicología Social y política: procesos, teorías y estudios aplicados*. Buenos Aires, Eudeba: 339-390.

MCCOMBS, M.; SHAW, D. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly, 36,* 176-187.

MCCOMBS, M. (2006). Cómo funciona el establecimiento de agenda. En *Estableciendo la agenda*. Barcelona: Paidós, pp. 81-108.

ARUGUETE, N. (2015). Segundo nivel de fijación de la agenda. En *El poder de la agenda. Política, medios y público*. Buenos Aires: Biblos.199 p.

ARUGUETE, N. (2015). Nuevas fronteras en el establecimiento de la agenda: la emergencia de los nuevos medios. En *El poder de la agenda. Política, medios y público*. Buenos Aires, Biblos: 159-173.

GUO, L., TIEN VU, H. y MCCOMBS, M. (2012). An Expanded Perspective on Agenda-Setting Effects. Exploring the third level of agenda setting. *Revista de Comunicación, 11*, 51-68.

FONTCUBERTA, M. (2006). El temario periodístico. En H. Borrat y M. de Fontcuberta, *Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción* (pp. 55-88). Buenos Aires, La Crujía.

ZUNINO, E. (2015). La relevancia de las noticias en la prensa gráfica. Una reflexión teórico metodológica a partir del análisis del conflicto entre las corporaciones agrarias y el gobierno argentino, en 2008. *Comunicación y Sociedad, 25*, 1–32

Bibliografía de referencia

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

BECERRA, M. (2011). La inmaculada concepción de los medios latinoamericanos en crisis. *Herramienta*, 47, p. 29-40.

MCCOMBS, M. y EVATT, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting. *Comunicación y Sociedad, 8*(l), 7-32.

LANG, K.; LANG, G. (1985). Los mass-media y las elecciones. En DE MORAGAS, M., *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona: Ediciones Gili, pp. 66-94.

CASERMEIRO DE PERESON, A. (2004). El hallazgo de Chapel Hill. En *Los medios en las elecciones* (pp. 59-72). Educa: Buenos Aires.

WEAVER, D. (1997) Canalización mediática (*agenda-setting*) y elecciones en Estados Unidos. *CIC, 3*, 229-241.

UNIDAD 2. TEORÍAS DE ELABORACIÓN DE LAS NOTICIAS

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

Bibliografía obligatoria:

RODRIGO ALSINA, M. (2005). La producción de la noticia. En *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós Comunicación, pp. 1-19 y 24-60.

BALBÍN, C. (2008). La producción de noticias. En M. T. Baquerín (Ed.), *Los medios ¿aliados o enemigos del público?* (pp. 240-281). Buenos Aires: Educa.

HERNÁNDEZ RAMIREZ, M. E. (1997). La sociología de la producción de noticias. *Comunicación y Sociedad*, (30), 209–242.

BORRAT, H. (2006). Necesidad y riesgo de las fuentes. En H. Borrat y M. de Fontcuberta, Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción (pp. 245-276). Buenos Aires: La Crujía.

ROBERTS, C. (2005). *Gatekeeping theory: An evolution*. Ponencia presentada en Association for Education in Journalism and Mass Communication, San Antonio, Texas.

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

ARUGUETE, N., y ZUNINO, E. (2013). Diario Clarín y sus fuentes de información. Un estudio de caso. *Iconos*, (46), 15–31.

ARRUETA, C. (2010). Acerca de las rutinas de producción periodística. En *¿Qué realidad construyen los periódicos*. La Crujía: Buenos Aires, pp. 21-66.

BORRAT, H. (1989). El periódico, actor del sistema político. *Análisi*, *12*(1), 67–80.

Bibliografía de referencia

ARRUETA, C. (2010). Entender los medios, estudiar las noticias. Una propuesta epistemológica y metodológica para el estudio de procesos de producción informativa. En ARRUETA, C., BRUNET, M. y GUZMÁN, J. (Eds.) *La Comunicación como objeto de estudio. Teoría, Metodología y Experiencias de investigación*. Jujuy: UCSE-DASS, pp. 215-241.

ARUGUETE, N. (2010). Poder y Comunicación. Una vulneración al derecho a acceder a la agenda de los medios. *Diálogos de la comunicación, 82*, 1-7.

LECAROS, M. J. y GREENE, F. (2012). 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.

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*, 81-87.

4. Metodología de trabajo

Las clases combinarán exposiciones teóricas con trabajos prácticos realizados en grupos. Asimismo, se promoverá un tipo de lectura de los textos en la cual los alumnos ganen en autonomía y participación crítica, respecto de los conceptos teóricos y abordajes empíricos vistos en el Seminario.

5. Cronograma de clases

Clase 1: Antecedentes de la agenda setting. Los padres intelectuales. La formación de la opinión pública. La agenda de temas.

Clase 2: Los efectos sobre las actitudes: la agenda de atributos. Las derivaciones de la agenda setting: agenda melding, agenda setting en red y agenda cutting.

Clase 3: El efecto de agenda entre medios tradicionales y redes sociales: la disonancia cognitiva y la espiral del silencio.
Clase 4: La agenda building: Las capas de la cebolla. El Indexing. Las rutinas de trabajo.

6. Evaluación

El trabajo final del Seminario consistirá en un ensayo/monografía donde el alumno demuestre que ha adquirido una profunda comprensión de la bibliografía vista durante la cursada.

7. **Bibliografía** (obligatoria para los estudiantes y de referencia)

La bibliografía obligatoria y la de referencia se listan al final de cada unidad como para establecer una coherencia entre los ejes temáticos propuestos y la bibliografía que los respalda.