

ANEXO

Programa de Actualización en Opinión Pública

Ciclo lectivo 2023

Modalidad on-line

Coordinador Académico Prof. Carlos De Angelis

Introducción

El análisis de la opinión pública se ha desarrollado a lo largo del siglo XX como un campo disciplinar, una práctica profesional y un espacio de investigación. A lo largo de su construcción se nutrió de fuertes debates teóricos, pero siempre muy apegado a su dimensión empírica. Sin dudas, el siglo XXI ha encontrado a la disciplina revolucionada por la emergencia de una esfera pública virtual y el auge de las redes sociales mediadas por computadores, que tienen lógicas particulares pero que también funcionan vinculadas a los espacios “tradicionales” del territorio (o la calle), los salones de la élite y los medios de comunicación masivos.

En este complejo marco se trata de conocer e interpretar las opiniones, valoraciones y precepciones sociales y políticas en la cada día más volátil “sociedad líquida”. Por esto el análisis de la opinión pública se ha tornado en una actividad indispensable para el conocimiento de diversos aspectos de la sociedad, siendo un insumo particularmente crítico en épocas electorales.

Tanto en sus bases teóricas como en las estrategias metodológicas el estudio de la opinión pública se trata de un campo interdisciplinario, y pluralista que encuentra su inscripción natural en el ámbito de las ciencias sociales. Su estudio está fuertemente vinculado a su práctica, por lo que se considera indispensable que los/las estudiantes que participen del programa cuenten con el conjunto de conceptos teóricos, sustentados en un fuerte anclaje en los métodos y técnicas de aplicación tanto en el campo académico como profesional, y que deben incorporar nuevas herramientas operativas a fin no perder capacidad analítica siempre desde una mirada crítica.

Objetivos**Objetivo general**

El objetivo general del Programa de Actualización en Opinión pública es dotar a sus estudiantes de un abanico de conocimientos que articulen las bases teóricas que abreva la disciplina en sus múltiples orientaciones y definiciones, así como las herramientas empíricas para su investigación. Desde esta perspectiva, la articulación entre aspectos teóricos y su desarrollo práctico es fundamental porque una de las tareas principales del analista de la opinión pública es la interpretación de los hechos sociales que, si bien tienen un fuerte anclaje en las subjetividades y discursos que circulan, tienen resonancia en la vida cotidiana de la ciudadanía.

Objetivos específicos

- Brindar a los y las participantes las nociones fundamentales de la opinión pública desde una perspectiva crítica e identificar los posibles abordajes de análisis.
- Desarrollar habilidades analíticas para la construcción de corpuses de datos, para conocer las herramientas de investigación de la opinión pública y sopesar las diferentes fuentes de información.

- Elaborar informes en dónde se vuelquen resultados analíticos y se pueda transmitir los conocimientos a un público no especialista.
- Fortalecer las capacidades de interpretación de la información analizada por parte de los/las participantes del programa.

Destinatarios

Los contenidos del programa de actualización están orientados a profesionales del área de la sociología, las ciencias de la comunicación social, antropología, ciencia política, ciencias económicas, personas vinculadas a la consultoría política, empresarial y, periodística, así como agentes de la administración pública e investigadores/as académicos vinculados con la temática y al público en general interesado en la problemática propuesta.

También se invita a participar a estudiantes avanzados interesados en los desafíos de la opinión pública.

Finalmente, y dado que todo el programa se realizará en forma virtual se invita a participar a personas interesadas de América Latina y del resto del mundo (las asignaturas se impartirán en castellano).

Presentación de los seminarios

1. La opinión pública, debates recientes y problemas para su estudio.

La pregunta central que guía este seminario es cómo se generan y cambian las opiniones en contextos complejos y de alta volatilidad, interrogando a la base de la disciplina. En este sentido se propone abordar el campo de la OP como un espacio social en disputa que se debe abordado desde diversas aproximaciones teóricas, observando el aporte de diversas disciplinas, siempre con la mirada puesta en su análisis e interpretación.

Si bien los primeros estudios empíricos de investigación en OP se basaban en una visión positivista por la cual los individuos construyen sus percepciones en formar racional ordenadas siguiendo ciertos principios fijos, otras corrientes como la interaccionista o el construccionismo comenzaron a interpelar a las visiones de la sociología empirista introduciendo objeciones y propuestas. En este sentido se analizarán los aportes del “giro lingüístico” que ha revalorizado el concepto de conversación e incorporando las técnicas cualitativas (especialmente entrevistas, focus groups y análisis de discursos) a la investigación y el “giro emotivo” donde las emociones, sentimientos y afectos, comienzan a ser reconocidos por los investigadores como capaces de generar acciones. Ya no solo la razón es lo que puede movilizar a los agentes, generándose nuevas incógnitas para su evaluación. Finalmente se introducirá el concepto de “campo” desarrollado por Pierre Bourdieu con el objetivo de establecer modelos y escenarios.

En definitiva, se buscará a lo largo de este seminario problematizar a la opinión pública como campo de construcción de sentido en contextos mutantes, en vinculación con aspectos estructurales de Argentina y América Latina. En este sentido, será de alta relevancia identificar las situaciones de coyuntura relevantes para someterlas al análisis riguroso dentro la multitud de hechos y acontecimientos de la actualidad, identificando las representaciones sociales que se constituyen.

Docente: Carlos De Angelis

Duración: 16 Horas

2. Recorridos del campo de estudios de la Opinión Pública

El análisis de la opinión pública, a través de recorridos teóricos y empíricos, se desarrolló como un campo disciplinar, una práctica profesional y un espacio de investigación académica durante el siglo XX. Actualmente, los procesos de digitalización, la emergencia y despliegue de redes sociales digitales y el crecimiento de una esfera pública virtual desafían al campo. Los cambios atravesados por los estudios de opinión pública son el resultado de un entramado de recorridos institucionales, disciplinarios, tecnológicos, sociales y políticos, trayectorias personales, y hasta sanitarios como consecuencia de la pandemia de COVID-19, que problematizaron y replantearon formatos. Reconstruir dichos recorridos y cartografiar los principales temas que tensionan la construcción del problema, los diseños metodológicos, la formulación de preguntas, la implementación, la interpretación y la publicación de resultados actualiza el debate sobre los enfoques interpretativos, la investigación online y las redes sociales digitales, la revalorización de los métodos etnográficos y cualitativos, entre otros.

Docentes: Mónica Petracci, Martín Romeo

Duración: 16 Horas

3. Análisis de Redes Sociales mediadas por computadora.

El Análisis de Redes Sociales (ARS) se ha constituido en un campo de investigación interdisciplinario, robusto y establecido, con numerosas aplicaciones en la vida cotidiana.

Los estudios de opinión pública no han sido ajenos a estos desarrollos y han incorporado muchas herramientas de esta índole, centrales hoy en día en las interacciones mediadas por computadora. La diferencia del ARS con otras herramientas más tradicionales (como encuestas y grupos focales) radica en que el análisis se centra en las relaciones y no en la agregación de atributos individuales recolectados a partir de observaciones independientes. Para el ARS una red social es una estructura donde ocurren procesos de comunicación, interacción, transacción y otros, entre dos tipos de elementos: actores (nodos) y relaciones (vínculos). Además, las redes sociales poseen propiedades estadísticas y topológicas propias, de modo que se abordará en el seminario un nutrido gradiente de métricas relacionales (cohesión, centralidad, intermediación, coeficientes de clustering, modularidad, detección de comunidades, entre otros aspectos) para aplicarlas e interpretarlas en base a datos empíricos con programas específicos (gephi, ucinet, y librerías varias).

En este seminario los y las estudiantes se internarán en el mundo de las redes sociales y su análisis para comprender este aspecto dinámico de la Opinión Pública, a partir de la comunicación e interacción en entornos virtuales. Se abordarán, además de las métricas habituales, contenidos vinculados a tipos de redes, muestreo en redes sociales de internet y estructura de datos reticulares. El objetivo general del curso es que los estudiantes se introduzcan y familiaricen con conceptos y programas específicos vinculados al ARS.

Los objetivos específicos del curso apuntan a que los cursantes puedan comprender teórica y metodológicamente los alcances y limitaciones del ARS y las diferencias que tiene con enfoques atributivos y/o probabilísticos; conocer e interpretar las principales medidas de cohesión, centralidad y agrupamiento del análisis reticular; Identificar la estructura de los datos en distintos formatos (DL, matrices, listas de adyacencia, etc.); conocer el manejo básico de programas de computación (Gephi/Ucinet) y plataformas vinculadas; identificar diversos niveles de análisis y su aplicación a ámbitos profesionales.

Docentes: Nicolás V. Chuchco, Germán Silva

Duración: 16 Horas

4. Encuestas y en estudios de segmentación electoral.

Un capítulo importante del análisis de las encuestas político-electorales consiste en la identificación de diferentes perfiles actitudinales, sociodemográficos y/o económicos, que permiten abordar la enorme complejidad del fenómeno electoral reduciendo su complejidad a un número menor de tipologías, las cuales pueden ser estudiadas en forma particular y abordadas comunicacionalmente de manera específica.

En el presente módulo realizaremos un repaso y actualización de diferentes métodos de clasificación de electorados, a partir del trabajo con encuestas. Comenzaremos revisando distintas soluciones de operacionalización de las dimensiones del fenómeno electoral (incluyendo la construcción de tendencias, proyecciones y probabilidades de voto) para, a partir de allí, analizar distintas estrategias de clasificación y análisis de los electorados, a partir del uso de herramientas bi y multivariadas de análisis. Finalmente, realizaremos una revisión de algunos casos de éxito en la aplicación de estrategias de microsegmentación aplicadas a la consultoría político-electoral.

Docente: Nicolás Cha

Duración: 16 Horas

5. Análisis cualitativo en la Opinión Pública.

En la opinión pública intervienen distintos actores -ciudadanía, consumidores, políticos, dirigentes, periodistas, medios de comunicación- que se expresan o manifiestan bajo distintas modalidades textuales y discursivas. La investigación cualitativa permite abordar y reconstruir los sentidos circulantes en la opinión pública profundizando en las representaciones, miradas y posicionamientos de los distintos actores que intervienen en el fenómeno.

Tradicionalmente, los estudios de opinión pública se han centrado en las técnicas de entrevistas y grupos focales, con sus variantes, desafíos y herramientas actuales. A las mismas debe sumarse el trabajo de campo observacional que hoy trasciende el mundo de la vida cotidiana para devenir en etnografías virtuales que permitan captar los sentidos y consensos que se construyen a partir de las interacciones en entornos digitales. También es en el marco de este nuevo entorno digital donde se generan nuevos discursos -desde memes hasta posteos de distintos actores en redes sociales- que se entrecruzan con los modos y prácticas más tradicionales de la enunciación política, ciudadana y mediática.

En consecuencia, los posicionamientos frente a los asuntos de interés público ameritan ser captados desde una perspectiva profunda que aplique tanto instrumentos tradicionales de registro y análisis - desde la ficha hasta el libro de códigos y matrices cualitativas. A su vez, se hace necesario establecer con claridad la selección de unidades de análisis, casos e informantes, considerar los desafíos organizativos para el trabajo de campo y, finalmente, poner en práctica modos apropiados de exposición y visualización de datos cualitativos.

Docentes: Mercedes Calzado, Yamila Gómez

Duración: 16 Horas

6. Introducción a nuevas fuentes y herramientas de datos

La analítica cultural es uno de los abordajes que se encuentra bajo el campo de las Humanidades Digitales y los Estudios del Software. Podemos definirla como el uso de métodos computacionales para el estudio de grandes cantidades de datos culturalmente significativos.

Lo señalado implica estudiar la dimensión que el software introduce en nuestra cultura a través de algoritmos, plataformas e interfaces y cómo media en los abordajes de las humanidades, la crítica

cultural y las ciencias sociales. Asimismo, apunta a la investigación y desarrollo de nuevos métodos para la creación de recursos que nos permitan analizar esas prácticas y hacernos nuevas preguntas. La revolución en abundancia de datos y en capacidad para procesarlos de las últimas dos décadas tiene múltiples impactos para la investigación aplicada en Opinión Pública. Este enfoque de investigación combina distintos procedimientos de análisis como el procesamiento informático de datos, nuevas formas de visualización de información y nuevas modalidades de lectura.

Docentes: Estela Domínguez Halpern Carolina Gruffat

Duración: 16 Horas

7 - ¿Cómo presentar la información en Opinión Pública e Investigación de Mercado?

Es el objetivo de este seminario preparar a los estudiantes en la etapa final de todo el proceso de investigación: la preparación y presentación de los informes. Por eso se propondrá generar la respuesta a la pregunta ¿cómo presentar los resultados de nuestras investigaciones? La idea es pensar desde el ordenamiento del informe, qué visualizaciones son más apropiadas presentar los distintos tipos de datos, ya sean cualitativos o cuantitativos, que estadísticos son más apropiados para agregar o desagregar la información, y que modalidad de visualización son más adecuados. La importancia del seminario no solo apunta a la definición de las temáticas a trabajar y sus metodologías correspondientes, sino cómo presentar dicha información para que a los usuarios y/o clientes puedan responder a las preguntas que se están haciendo para resolver sus problemáticas.

Este seminario no sólo apunta a la articulación de las diferentes técnicas y modalidades de presentación de los datos, sino también a que los estudiantes puedan emplear los contenidos desarrollados para preparar su informe final para la aprobación del Programa de Actualización en Opinión Pública.

Docente Pablo López Fiorito

Duración: 16 horas

8. Clases especiales: casos de estudio

La dinámica del campo de la opinión pública ha generado una multiplicación de las problemáticas que aborda, generando una serie de subdisciplinas o campos específicos. Para dar cuenta de estas situaciones se propondrá una serie de clases especiales que abordarán estas situaciones buscando la generación de casos de estudios como metodología de trabajo.

En estas clases se abordarán contenidos específicos que permitirán a los estudiantes observar cómo se definen demandas y necesidades complejas como, por ejemplo, la preparación de una campaña electoral en un distrito en particular (ej. municipio) que requiere una serie de herramientas para su desarrollo, o que conocimientos precisa un Estado Nacional frente a una situación de pandemia.

Estas clases serán presenciales y con diversos profesores y especialistas en la materia.

Docentes:

Luis Tonelli, Juan Martín Gené, Shila Vilker y otros profesores y profesoras invitados.

Metodología, materiales de estudio y criterios de aprobación.

El Programa de Actualización en Opinión Pública será desarrollado en modo virtual con clases asincrónicas y clases sincrónicas.

Cada seminario contará con cuatro clases asincrónicas donde los docentes presentaran sus temas en interacción con los estudiantes. Estas clases quedarán grabadas para su consulta posterior. En cambio,

en las clases sincrónicas los docentes presentarán sus temas dejando la grabación para consulta posterior de los estudiantes.

Cada seminario se desarrollará a lo largo de un mes con cuatro clases de dos horas presenciales (una semanal) y cuatro clases de la misma duración que estará disponible en el momento adecuado en el campus.

La duración total del Programa será de cuatro meses calendario, en cada mes se dictarán dos seminarios con las modalidades explicadas.

Cada seminario contará material bibliográfico específico. También se compartirá con los y las estudiantes diversas bases de datos para poder desplegar las herramientas analíticas al mismo tiempo que se explicará el uso de programas determinados para el análisis.

Para la aprobación del Programa de Actualización los y las estudiantes deberán confeccionar un trabajo final cuyas características será señalado oportunamente.

De acuerdo con el artículo 8° del reglamento de programas de actualización, la Facultad otorgará la certificación correspondiente al estudiante que hubiere completado un programa que involucre como mínimo CIENTO VEINTIOCHO (128) horas, equivalentes a OCHO (8) créditos. El resultado de la evaluación figurará en el certificado correspondiente.

La modalidad del programa será totalmente on-line. Para ello se contará con un espacio específico en el campus de la Facultad de Ciencias Sociales en donde se ubicará toda la información pertinente, la bibliografía, grabaciones de clases y los accesos a bases de datos y demás materiales de los seminarios y actividades realizadas.

El programa que figura arriba está sujeto a cambios de acuerdo con nuevas problemáticas que se presenten y la posibilidad futura de incorporar nuevos módulos y seminarios.

Plantel docente

Carlos De Angelis

Nicolás V. Chuchco

Germán Silva

Pablo López Fiorito

Nicolás Cha

Estela Domínguez Halpern

Carolina Gruffat

Yamila Gómez

Mercedes Calzado

Mónica Petracci

Profesores invitados:

Luis Tonelli

Juan Martín Gené

Shila Vilker

Apoyo docente:

Franco Sasso Videla

Tutores:

Se designarán tutores para realizar el seguimiento de los estudiantes.

Resumen de asignaturas, docentes y carga horaria

	Asignatura	Docente	Horas
1	La opinión pública, debates recientes y problemas para su estudio.	Carlos De Angelis	16
2	Los recorridos institucionales del campo de la opinión pública.	Mónica Petracci Martín Romeo	16
3	Análisis de Redes Sociales mediadas por computadora.	Nicolás V. Chuchco Germán Silva	16
4	Encuestas y estudios de segmentación electoral.	Nicolás Cha	16
5	Análisis cualitativo y text analysis en la Opinión Pública.	Mercedes Calzado Yamila Gómez	16
6	Introducción a nuevas fuentes, herramientas de datos: scraping y visualización de datos con Python y PowerBI.	Estela Domínguez Halpern Carolina Gruffat	16
7	¿Cómo presentar la información en Opinión Pública e Investigación de Mercado?	Pablo López Fiorito	16
8	Clases especiales: casos de estudio	Luis Tonelli, Juan Martín Gené, Shila Vilker y otros profesores invitados	16
Total de horas			128

Carlos De Angelis

Es licenciado en Sociología y Doctorando de la Facultad de Ciencias Sociales (UBA). Es especialista en Estadísticas Aplicadas a las Ciencias Sociales. Profesor adjunto a cado Sociología de la Opinión Pública en la Carrera de Sociología en Sociales UBA. Docente regular de Metodología de la Investigación Social de la Carrera de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Es Coordinador del Centro de Opinión Pública y Estudios Sociales (COPEs) de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. Es Coordinador Académico en el Programa de Actualización en Opinión Pública, Sociales (UBA). Participa de diversos grupos de investigación UBACyT. Elabora el panorama político semana en Diario Perfil y colabora con medios de comunicación nacionales e internacionales en temas políticos. Coordinó en 2009 el libro Radiografía del voto porteño. La Argentina que viene (Editorial Atuel) como fruto de una investigación por él dirigida. Publicó en 2013 en coautoría el libro “Investigación social para el análisis de la opinión pública y el comportamiento electoral (Editorial Antigua). Publicó en 2021 el libro “Nueva opinión pública: política y sociedad” (Editorial Teseo).

Nicolás Cha

Licenciado en Sociología. Facultad de Ciencias Sociales – UBA (2003) y Especialista en estadística aplicada a las ciencias sociales - CEIA-Flacso (2005). Especialista en metodología de investigación y en el análisis y estudio de la opinión pública. Ha realizado numerosos trabajos de consultoría aplicadas a diferentes problemáticas políticas, sociales y de gestión y cuenta con una amplia experiencia en dirección de proyectos de opinión pública, evaluación de programas sociales y en la evaluación de calidad en la gestión. Desde el año 2005 en adelante combina la actividad profesional con la actividad académica y, a partir del año 2007, con la docencia universitaria. Desde mediados de 2014 desarrolla su actividad profesional de manera autónoma en la realización de Investigaciones

en Ciencias Sociales, Opinión Pública y Estudios de Mercado, así como en el relevamiento, procesamiento y análisis de datos para diversos organismos públicos y empresas. En el año 2016 se funda Demos Consulting SRL, ocupándose desde entonces de las tareas de dirección de los proyectos de investigación de la consultora.

Mónica Petracci

Socióloga; Doctora en Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires (UBA); Investigadora Titular Instituto de Investigaciones Gino Germani (Facultad de Ciencias Sociales, UBA); Investigadora Titular Centro de Estudios de Estado y Sociedad (CEDES); Profesora de grado Titular ad honorem y Adjunta Regular Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales (UBA); Docente de Posgrado en la Maestría en Efectividad Clínica, Facultad de Medicina, Universidad de Buenos Aires. Fue Docente de Posgrado en la Maestría en Educación y el Seminario Opinión Pública y Medios de Comunicación de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO, sede Buenos Aires); Docente de Posgrado de la Maestría en Ciencias Sociales con mención en Salud (FLACSO, CEDES); Secretaria Académica de la Carrera de Ciencias de la Comunicación (Facultad de Ciencias Sociales, UBA); Asesora e Investigadora Senior Dirección Nacional de Estudios e Investigaciones del Instituto Nacional de la Administración Pública (INAP); Consultora Programa Naciones Unidas para el Desarrollo, Programa Lusida.

Martín Romeo

Licenciado en Ciencias de la Comunicación con orientación en Opinión Pública y Publicidad, egresado de la U.B.A., en 1996; tesis de graduación tema: "Las técnicas de Investigación Cualitativa. El "Focus Group". Es Director Estratégico en Investigación en opinión pública y comunicación en SOLO COMUNICACIÓN (Diciembre 2016- hasta la fecha). Jefe de Trabajos Prácticos concursado con dedicación simple en la materia Técnicas de Investigación en Opinión Pública. (2016- Hasta La Fecha). Universidad de Hurlingham; Instituto De Educación. Fue Director Ejecutivo Del Proyecto Argentina Cuenta La Violencia Machista, Que Generó El 1o Índice Nacional De Violencia Machista. Argentina Cuenta La Violencia Machista (Diciembre 2015- Diciembre 2016). Director Estratégico. Investigación En Opinión Pública Y Comunicación. Es Viral (Enero 2011- Noviembre 2016).

Germán Silva

Antropólogo por la Universidad de Buenos Aires. Coordinador (PM) /Analista Sr. Dirección de Asistencia Judicial en Delitos Complejos y Crimen Organizado. DAJUDECO – Corte Suprema de la Nación. Previamente desempeñó el mismo rol en la Procuraduría de Criminalidad de Económica y Lavado de Activos (PROCELAC - MPF) y en la Dirección de Estadística y Monitoreo de la Secretaria de Empleo del Ministerio de Trabajo (MTEySS) realizando, en este último análisis cuantitativos sobre políticas públicas de empleo. En estos sectores incentivó, capacitó y desarrolló el uso del análisis estadístico de redes (SNA). Actualmente es profesor de postgrado para la Maestría en Tributación de la Fac. de Cs.Económicas (UBA), profesor externo en la Maestría en Generación y Análisis de Información Estadística en la UNTREF, profesor titular en la materia "Introducción a la Ciencia de los datos" para el Departamento de Economía y Administración de la Universidad Nacional del Quilmes.

Mercedes Calzado

Es Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad Nacional de Buenos Aires, magíster en Investigación y licenciada en Ciencias de la Comunicación (UBA) Se especializó en el estudio de los discursos en torno de la cuestión criminal. Actualmente es docente de la materia Antropología de la Carrera de Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, UBA y es Investigadora Independiente del CONICET. Dirige e integra proyectos de investigación sobre temas de comunicación, cultura y violencia.

Yamila Gómez

Licenciada en Ciencias de la comunicación. Magister en Ciencias Sociales. Doctoranda en Ciencias Sociales. Es docente de metodología de investigación en la carrera de comunicación de la UBA

Estela Domínguez Halpern

Licenciada en Sociología – 1991 Universidad de Buenos Aires, Facultad de Ciencias Sociales, Titular Asociada “Taller de la Introducción a la información, Telemática y Procesamiento de Datos, Carrera de Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias Sociales, (UBA), Titular del Seminario Capitalismo de Plataformas. Carrera Ciencias de la Comunicación – Facultad de Ciencias Sociales. Universidad de Buenos Aires (UBA) Maestría en Comunicación y Cultura. Defensa de Tesis 2021, Rectora - Instituto Industrial "Luis A. Huergo". Nivel Medio, Dirección General de Educación de Gestión Privada – Secretaría de Educación – GCBA.

Carolina Gruffat

Investigadora y asesora académica de organismos públicos y privados en metodologías de investigación con datos, estadísticas del sector cultural y estudios de audiencia. Jefa de Trabajos Prácticos de la cátedra de Procesamiento de Datos de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación (UBA) y Profesora titular del seminario de posgrado “Creatividad e innovación aplicadas al sector cultural y creativo” de la Escuela de Negocios y Administración Pública (ENAP) de la UBA. Especialista afiliada al Centro de Estudios en Tecnología y Sociedad (CETyS) de la Universidad de San Andrés. Responsable técnico-científica del proyecto “Alfabetización en datos. Habilidades para una ciudadanía digital ampliada”, seleccionado y financiado por la Fundación Ceibal y la Agencia Nacional de Investigación e Innovación (ANII) de Uruguay.

Pablo López Fiorito

Graduado en la Universidad de Buenos Aires, con el Título Licenciado en Sociología con orientación histórica y económica. Cursando el Doctorado en Ciencias Sociales en la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA. Profesional con amplios conocimientos en Opinión de Pública, Investigación de Mercado y Estudios Sociodemográficos con más diez años trabajando para consultoras de renombre (Ipsos Mora y Araujo, Ibarómetro, Graciela Romer y Asoc., Synovate, Analogías, Analia del Franco Consultores, entre otras); institutos de investigación y universidades (IPE-UNESCO, CEDES, CIPPEC, Universidad de Quilmes, Universidad de Buenos Aires entre otros., Universidad Nacional de Avellaneda); y para distintas áreas de Gobierno (Municipalidades, Ministerios, Entes Autárquicos). Especialista en Pensamiento Social Latinoamericano y teoría marxista y autores como Gramsci, Mariátegui y José María Arico. Dictado de Cursos en la Universidad de Buenos Aires y en la Universidad Nacional de Santiago del Estero. Trabaja con Jóvenes hace ya 25 años en

emprendimientos sociales en barrios vulnerables. Gestión de programas de prevención de las adicciones a poblaciones juveniles instrumentados desde el Sedronar.



Anexo Firma Conjunta

Hoja Adicional de Firmas

1821 Universidad de Buenos Aires

Número:

Referencia: Anexo - plan de estudios PA Opinión pública

El documento fue importado por el sistema GEDO con un total de 10 pagina/s.