

**Fundamento del Proyecto Docente****Unidad Curricular: Comunicación Social y Opinión Pública****Carrera: Técnico Superior en Relaciones Públicas y Ceremonial*****Lic. María Clara Sabat***

En el marco de una sociedad fuertemente mediatizada e inserta en un contexto tan lábil y a la vez tan palpable, complejo e ineludible como el de la globalización, el estudio del manejo de la opinión pública por parte de los medios resulta de una estimable importancia para el estudiante y futuro profesional que se desempeñará en el ámbito de las relaciones públicas.

¿Por qué? En la actualidad los medios masivos de comunicación se presentan como el espacio hegemónico de construcción de la realidad ocultando su esencia de representación.

Su incidencia como reguladores de la vida social y política los convierte en virtuales voceros de la Opinión Pública (en adelante O.P.) Pero cabría aclarar que “la televisión –y los medios- se exhiben como portavoz de una O.P que en realidad es el *eco de regreso* de su propia voz” (G. Sartori *Homo Videns. La sociedad Teledirigida*. Taurus 1998 Pag.72). Desde la cuasi-decisión de los resultados electorales hasta la marcación de tendencias de las más diversas índoles, esta influencia se vuelve harto palpable.

Otro rol fundamental que actualmente están cumpliendo los medios es el de erigirse como el principal órgano de representación social. Ej.: hasta no hace demasiado tiempo, frente a un problema concreto de índole política, comunitaria o educativa, el conjunto de la sociedad se dirigía hacia los centros competentes y capaces de dar respuestas (organismos de gobierno, sociedades de fomento, iglesias, centros educativos, de salud, etc.) Actualmente, atento la crisis institucional por la que estamos atravesando, estos mismos actores sociales recurren a los medios, no con el objetivo de encontrar respuestas, pero sí como mecanismo de presión o de representación.

Frente a esta realidad, ¿Cómo logramos el mentado reclamo social de ciudadanos más críticos? ¿Cómo se analizan esos discursos? Indudablemente, el puntapié inicial parte de dotar a alumnos de herramientas sólidas para el análisis que vayan más allá de la mera opinión que aporta el sentido común.

“Vox populi” no siempre es “Vox Dei” y, en este sentido, en el marco de una sociedad a veces sobreinformada en donde ya se utilizan términos como “infoxicación”, el ciudadano común se ve inserto en una vorágine de mensajes que difícilmente pueden ser procesados sin las herramientas de discriminación adecuadas.

Asimismo, para no caer en un tono apocalíptico sobre el funcionamiento de los medios y su relación con la Opinión Pública se debe destacar su función como organismo de esparcimiento y difusor de información y manifestaciones culturales. Por ello resulta interesante incorporar conocimientos acerca del funcionamiento y del saber hacer de los mass media.

En un mundo donde la democracia se ha consolidado como sistema de gobierno se debe estar alerta para no caer en las dictaduras de los grupos e intereses de los multimedios y los *holdings*. Más simbólicas, menos palpables, más seductoras, más alarmantes.



DIPREGEPI N° 6571

Éstos son los objetivos principales de la Unidad Curricular: Comunicación Social y Opinión Pública. Desde este espacio se pretende efectuar un aporte de sólida formación teórica a los estudiantes el que les permitirá potencialmente desarrollar con mayor solvencia algunas de las tareas propias de su futura actividad profesional como por ejemplo: planificar programas de imagen, vincular organizaciones con sus públicos, administrar la comunicación con el periodismo, entre otras.

Por último, cabe destacar que esta unidad curricular se propone como objetivo también aportar herramientas para la consolidación de ciudadanos más críticos atento a la necesidad social anteriormente citada.