

# OPINIÓN PÚBLICA

## PROGRAMA DE LA MATERIA Y CRONOGRAMA DE LECTURA DE TEXTOS

**Profesora Titular: Nélica Archenti**

**Profesoras Adjuntas: Liliana Findling y Mercedes Boschi**

**Jefe de Trabajos Prácticos: Daniel Cabrera**

### TURNO MAÑANA

TEÓRICO

MIÉRCOLES 11 A 13 HORAS

PRÁCTICOS

VIERNES 11 A 13 HORAS

### TURNO TARDE/NOCHE

TEÓRICO

MARTES 19 A 21 HORAS

PRÁCTICOS

JUEVES 17 A 19 HORAS

JUEVES 19 A 21 HORAS

### DOCENTES A CARGO

LAURA ALBAINÉ | TOMÁS BIEDA | SANDRA CHOROSZCZUCHA | ADRIÁN MIRANDA | MARÍA BELÉN SOTELO

CARRERA DE CIENCIA POLÍTICA | FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES | UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES

MARZO 2015

## Objetivos

- Introducir la temática de la opinión pública con relación al estudio de actitudes políticas y el comportamiento electoral de la población.
- Analizar el concepto de opinión pública y su proceso de formación en los autores clásicos y contemporáneos de la ciencia política.
- Indagar acerca de los procesos de comunicación política y las relaciones entre opinión pública y medios de comunicación de masas.
- Generar herramientas conceptuales para el análisis de las campañas políticas.
- Promover la reflexión sobre los alcances y limitaciones de los métodos y técnicas para la medición de la opinión pública.

## Contenidos

- Unidad I: Conceptos y Teorías de la opinión pública.
- Unidad II: Campañas electorales, estrategias para su diseño y análisis.
- Unidad III: Opinión pública y comunicación política.
- 

**LA MATERIA TIENE UNA DURACIÓN CUATRIMESTRAL Y UNA CARGA HORARIA TOTAL DE SESENTA (60) HORAS**

## Evaluación

Se llevará a cabo a través de **a)** dos exámenes parciales escritos, individuales y presenciales, y **b)** un trabajo práctico grupal.

**Nota:** Los/as estudiantes que alcancen un promedio de 7 (siete) o más puntos y que no tengan aplazo en ninguna instancia de evaluación, estarán en condiciones de promocionar la materia. No podrán promocionar quienes tengan algún aplazo en cualquier instancia de evaluación, aunque esta sea recuperada y se alcance la aprobación.

El trabajo práctico grupal se evaluará mediante una escala cualitativa que se empleará para ponderar el promedio obtenido en los parciales.

Quienes obtengan un promedio de entre 4 (cuatro) y 6 (seis) puntos; o quienes tengan solo un aplazo y superen la instancia recuperatoria, pasarán al examen final.

Sólo podrán recuperar un examen parcial los alumnos/as que presenten una causa justificada, y los aplazados.

Es requisito para mantener la condición de regularidad el 75% de asistencia a las clases.

## UNIDAD I

### Conceptos y Teorías de la Opinión Pública

1. Surgimiento y desarrollo del concepto de opinión pública.
2. La opinión pública desde la perspectiva de los autores clásicos: Maquiavelo, Rousseau, Tocqueville y J. S. Mill.
3. La opinión pública desde la perspectiva de los autores contemporáneos: el debate en Europa, EEUU y su aplicación en Argentina.
4. Opinión pública y teoría de la democracia.

#### Bibliografía obligatoria

- CÁNDIDO MONZÓN: *Opinión pública, comunicación y política*, capítulos 1 y 2. Editorial Tecnos, Madrid, 1996.
- HELENA BÉJAR: "Rousseau: opinión pública y voluntad general", en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, N° 18, Madrid, abril-junio 1982.
- ALEXIS DE TOCQUEVILLE: *La democracia en América*; capítulo: "De la omnipotencia de la mayoría en los Estados Unidos y de sus efectos" (En la edición de Hyspamérica, corresponde al capítulo 11 del tomo I; en la edición de Alianza, corresponde al capítulo 7 del tomo I).
- JOHN STUART MILL: *Sobre la libertad*, capítulo 3, Editorial Hyspamérica, Madrid, 1986.
- JOSÉ LUIS DADER: "Las teorías contemporáneas" en Alejandro Muñoz Alonso et. al.: *Opinión pública y Comunicación política*, Eudema, Madrid, 1990.
- HERBERT BLUMER: *El interaccionismo simbólico. Perspectiva y método*; capítulo 12: "La opinión pública y su medición", Editorial Hora, Barcelona, 1992
- NIKLAS LUHMANN: *Sociedad y Sistema: la ambición de la teoría*, Introducción de Ignacio Izuzquiza, Paidós, Barcelona, 1997.
- JÜRGEN HABERMAS: *Historia y crítica de la opinión pública. Investigaciones sobre una categoría de la sociedad burguesa*; capítulo VII: "Sobre el concepto de opinión pública", Gustavo Gilli, Barcelona, 1990.
- ELISABETH NÖELLE NEUMANN: *La espiral del silencio*, capítulo 4: "¿Qué es la opinión pública?", capítulo 5: "La ley de la opinión de John Locke", capítulo 26: "Hacia una teoría de la opinión pública", Paidós, Barcelona, 1995.
- ELISABETH NÖELLE NEUMANN: "La espiral del silencio: una teoría de la opinión pública", en Jean-Marc Ferry, Dominique Wolton y otros: *El nuevo espacio público*, Editorial Gedisa, Barcelona, 1992.
- GIOVANNI SARTORI: *Teoría de la democracia*, Tomo 1, capítulo 5: "La democracia gobernada y la democracia gobernante", Editorial Rei Argentina, Buenos Aires, 1990.
- GERARDO ADROGUÉ: "El debate sobre las propiedades de la opinión pública en los Estados Unidos", *Sociedad*, Buenos Aires, N° 10, 1996.
- GERARDO ADROGUÉ: "Estudiar la opinión pública. Teoría y datos sobre la opinión pública argentina", *Desarrollo Económico*, IDES, Buenos Aires, vol. 38, N° 149, abril-junio 1998.

#### Bibliografía complementaria

- LUIS BADÍA: "La opinión pública como problema", en *Voces y Culturas*, Revista de Comunicación, N° 10, Segundo Semestre 1996, Barcelona.

- NORBERTO BOBBIO (compilador): "Opinión Pública" en *Diccionario de Ciencia Política*.
- *Enciclopedia Internacional de Ciencias Sociales*. Director: David Sills: Opinión Pública, Aguilar, España, 1975.
- EDGARDO CATTERBERG: *Los argentinos frente a la política. Cultura política y opinión pública en la transición a la democracia*, Editorial Planeta, Buenos Aires, 1989.
- NIKLAS LUHMANN: *La realidad de los medios de comunicación de masas*, Capítulo 11: "La construcción de la realidad" y Capítulo 13: "La función de los medios de comunicación de masas", Editorial Anthropos en coedición con la Universidad Iberoamericana (México DF), Barcelona, 2000.
- NICOLÁS MAQUIAVELO: *El Príncipe*, capítulos XV a XXIII, Editorial Alianza, Madrid, 1981.
- ALEJANDRO MUÑOZ ALONSO: "Génesis y aparición del concepto de opinión pública", en Alejandro Muñoz Alonso et. al.: *Opinión pública y Comunicación política*, Eudema, Madrid, 1990.

## UNIDAD II

### Campañas Electorales. Estrategias para su diseño y análisis

1. Análisis político de las campañas electorales. Etapas. Propaganda positiva y negativa. El equipo de campaña, roles y funciones.
2. Estrategias comunicacionales. Funciones de la propaganda política y electoral. Análisis de piezas fijas y audiovisuales de campañas electorales.
3. Análisis y medición de la opinión pública. Alcances y limitaciones de las encuestas de opinión, y el debate acerca de su uso y difusión.

#### Bibliografía obligatoria

- MAXWELL McCOMBS: "La comunicación de masas en las campañas políticas: información, gratificación y persuasión", en Miguel de Moragas (Editor): *Sociología de la comunicación de masas*, Volumen 3: Propaganda política y opinión pública, Editorial Gustavo Gilli, Barcelona, 1985.
- ALEJANDRO MUÑOZ ALONSO: *Política y nueva comunicación. El impacto de los medios en la vida política*, capítulo 6: "Campañas electorales y medios de comunicación", Fundesco, Madrid, 1989.
- JACQUES GERSTLÉ: "Algunas enseñanzas de la publicidad política norteamericana", en Jean-Marc Ferry, Dominique Wolton y otros: *El Nuevo Espacio Público*, Editorial Gedisa, Barcelona, 1992.
- MARIO HERREROS ARCONADA: *Teoría y técnica de la propaganda electoral*, capítulo 17: Los distintos "posicionamientos", Promociones y Publicaciones Universitarias, Barcelona, 1989.
- NORBERTO CHAVES: "Pequeña teoría del cartel", en *Tipográfica*, N° 7, 8 y 9, Mayo, Agosto y Noviembre de 1989.
- SELECCIÓN DE VIDEOS DE CAMPAÑAS Y PIEZAS DE IMAGEN FIJA: Argentina, EEUU y Brasil.
- NÉLIDA ARCHENTI: "Las encuestas preelectorales: ¿una herramienta científica o política?", en *Lo que vendrá*, Año 3, N° 6, Carrera de Ciencia Política, Facultad de Ciencias Sociales, UBA, Buenos Aires, agosto 1995.
- DANIEL CABRERA: "En defensa de las encuestas", en revista *Postdata*, volumen 15, número 2, Buenos Aires, 2010.
- FRANCIS KORN: "Encuestas de opinión: ¿diagnóstico, pronóstico o pasatiempo?", en *Desarrollo Económico* N° 136, Volumen 34, Buenos Aires, enero-marzo 1995.
- RAÚL JORRAT: "Encuestas de opinión: evaluación de una crítica y referencias de la literatura para mejorar esta práctica", en *Desarrollo Económico* N° 138, Volumen 35, Buenos Aires, julio-septiembre 1995.

- PIERRE BOURDIEU: “La opinión pública no existe”, en *Voces y Culturas*, Revista de Comunicación, Nº 10, Segundo Semestre 1996, Barcelona.

#### Bibliografía complementaria

- PATRICK CHAMPAGNE: “Los sondeos, el voto y la democracia”, en *Voces y Culturas*, Revista de Comunicación Nº 10, Segundo Semestre 1996, Barcelona.
- GUSTAVO FERRARI WOLFENSON: “Las campañas electorales en América Latina: Nuevas tecnologías y viejas tradiciones”, en *Contribuciones*, Fundación Konrad Adenauer- CIEDLA, Nº 2, 1997.
- VANCE PACKARD: *Las formas ocultas de la propaganda*; 2da. parte: ¿Cómo se persuade al ciudadano?, capítulo 17: “La política y los constructores de imágenes”, Sudamericana, Buenos Aires, 1992.
- STEPHEN HESS: *La campaña presidencial en Estados Unidos de América*, capítulo 7: Candidatos y medios de comunicación, Ediciones Guernika, México, 1988.
- GERARDO ADROGUÉ: “Los malentendidos de la política 2.0”, en diario *Página 12*, Buenos Aires, 27 de Setiembre 2011 [<http://www.pagina12.com.ar/diario/elpais/1-177645-2011-09-27.html>].
- PAOLA RICAURTE QUIJANO: “Tan cerca de Twitter y tan lejos de los votantes”, en revista *Versión*, Nº 31, México, Marzo 2013 [<http://version.xoc.uam.mx>].

### UNIDAD III

#### Opinión Pública y Comunicación Política

1. Las relaciones entre política y comunicación. Opinión pública y propaganda política.
2. La opinión pública y los medios de comunicación. Teorías de los efectos de los medios.
3. Teoría de los usos y gratificaciones. Teorías de la recepción.

#### Bibliografía obligatoria

- JOSÉ LUIS DADER: “La evolución de las investigaciones sobre la influencia de los medios y su primera etapa: Teorías del impacto directo”, en Alejandro Muñoz Alonso et. al.: *Opinión pública y Comunicación política*, Eudema, Madrid, 1990.
- MAURO WOLF: *La investigación de la comunicación de masas. Críticas y perspectivas*. Capítulo 1: “La teoría hipodérmica”, Paidós, México, 1994.
- PAUL LAZARSFELD, B. BERELSON Y H. GAUDET: *El pueblo elige. Estudio del proceso de formación del voto durante una campaña electoral*, Prefacio a la Segunda Edición y Capítulo 1: Introducción, Paidós, Buenos Aires, 1960.
- PAUL LAZARSFELD: “La campaña electoral ha terminado”, en Miguel de Moragas (Editor): *Sociología de la comunicación de masas* Volumen 3: Propaganda política y opinión pública, Editorial Gustavo Gilli, Barcelona, 1985.
- ENRIC SAPERAS: *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*, Primera y segunda parte, Editorial Ariel, Barcelona, 1987.
- ALICIA CASERMEIRO DE PERESON: *Los medios en las elecciones. Agenda Setting en la Ciudad de Buenos Aires*, Editorial de la Universidad Católica (EDUCA), Buenos Aires, 2003, Capítulos 1, 2 y 6.
- GLADYS ENGEL LANG Y KURT LANG: “Los medios y Watergate”, en Doris A. Graber (Compiladora): *El poder de los medios en la política*, Grupo Editor Latinoamericano. Buenos Aires, 1986.
- ALAN M. RUBIN: “Usos y efectos de los media: una perspectiva uso-gratificación” en Jennings Bryant y Dolf Zillmann (Compiladores): *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teoría*, Paidós, Buenos Aires, 1996.

- KLAUS BRUHN JENSEN: “El análisis de la recepción: la comunicación de masas como producción social de significado”, en K.B. Jensen y N. W. Jankowski (Editores): *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*, Bosch Comunicación, Barcelona, 1993.
- MARÍA COROMINAS: Los estudios de recepción, Portal de la comunicación, [<http://es.geocities.com/rscfotos/articulos/>], 2005.
- ALEJANDRO GRIMSON Y MIRTA VARELA: “Estudios culturales y medios. Consensos y disensos”, en Alejandro Grimson y Mirta Varela: *Audiencias, cultura y poder. Estudio sobre televisión*, EUDEBA, Buenos Aires, 1999.
- ELIHU KATZ Y TAMAR LIEBES: “La exportación del significado: lecturas transculturales de la televisión estadounidense”, en *Importación/exportación. Circulación internacional de programas televisivos de ficción*, UNESCO, Estudios y Documentos de Comunicación de Masas, Nº 104, París, 1992.

### Bibliografía complementaria

- FRANCOIS BOURRICAUD: “Sobre la noción de comunicación sociopolítica”, en Jean-Marc Ferry, Dominique Wolton y otros: *El Nuevo Espacio Público*. Editorial: Gedisa, Barcelona, 1992.
- DORINE BREGMAN: “La función de agenda: una problemática en transformación”, en Jean-Marc Ferry, Dominique Wolton y otros: *El Nuevo Espacio Público*. Editorial Gedisa, Barcelona, 1992.
- JOSÉ LUIS DADER: “La canalización o fijación de la agenda por los medios”, en Alejandro Muñoz Alonso et. al.: *Opinión pública y Comunicación política*, Eudema, Madrid, 1990.
- MURRAY EDELMAN: *La construcción del espectáculo político*, capítulos 1, 3 y 7, Ediciones Manantial, Buenos Aires, 1991.
- OSCAR LANDI: “Mirando las noticias”, en Eliseo Verón et. al.: *El discurso político: lenguajes y acontecimientos*, Editorial Hachette, Buenos Aires, 1987.
- BERNARD MANIN: “Metamorfosis de la Representación” en Mario dos Santos (coordinador): *¿Qué queda de la representación política?*, CLACSO - Nueva Sociedad, Caracas, 1992.
- CÁNDIDO MONZÓN: *Opinión pública, comunicación y política*; capítulo 6: “El entorno político de la opinión pública”, Editorial Tecnos, Madrid, 1996.
- J. M. SABUCEDO y M. RODRÍGUEZ: *Medios de comunicación de masas y conducta política*, Editorial Biblioteca Nueva, Madrid, 1997.
- DOMINIQUE WOLTON: “La comunicación política: construcción de un modelo”, en Jean-Marc Ferry, Dominique Wolton y otros: *El Nuevo Espacio Público*, Editorial Gedisa, Barcelona, 1992.
- GIOVANNI SARTORI: “Video Poder”, en *Revista de Ciencia Política*, Vol. 13 Nº 1-2, Instituto de Ciencia Política de la Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, 1991.
- GIOVANNI SARTORI: *Homo Videns. La sociedad teledirigida*, capítulo “¿Y la democracia?”, Editorial Taurus, Madrid, 1998.
- NATALIA ARUGUETE: “Los medios tradicionales también marcan la agenda de las redes sociales” entrevista a Silvio Waisbord en diario *Página 12*, Buenos Aires, 6 de Agosto 2012, [<http://www.pagina12.com.ar/diario/dialogos/21-200401-2012-08-06.html>].