

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO			
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES – Sede: TRELEW			
PROGRAMA DE: OPINIÓN PÚBLICA		DEPARTAMENTO DE: CIENCIA POLITICA	
Cursado	Días de clase:	Horarios:	Aula/s
Primer Cuatrimestre	Miércoles		
PROFESOR RESPONSABLE: Mgter. José María Ramón			
Vigencia Año 2021 - 2022			

FUNDAMENTACIÓN

El propósito de esta materia reside en introducir el estudiante en la temática de la Opinión Pública en relación con el estudio de las actitudes políticas y el comportamiento electoral.

Para iniciar el estudio de la Opinión Pública es necesario comenzar por analizar los diversos abordajes conceptuales que han realizado los diferentes autores. Esto le permitirá a Usted comprender que no existe una teoría consensuada sobre la temática, sino varios intentos de sistematizar enfoques que muchas veces cristalizan en posiciones contrapuestas.

A través de este curso, más que tomar contacto con una “teoría de la Opinión Pública”, Usted se sumergirá en el debate contemporáneo que se está produciendo con referencia a este concepto.

Como consideramos que los conceptos de la ciencia se van construyendo dentro de teorías históricamente situadas, nos parece fundamental que se aproxime a este debate desde una perspectiva histórica.

Con esta finalidad la unidad 1 consiste básicamente en un desarrollo de los antecedentes históricos del concepto de Opinión Pública y en el planteamiento de las posiciones más relevantes de los teóricos clásicos y contemporáneos. De esta manera, en la primera unidad, podrá analizar y comparar las posiciones de diferentes autores, en relación con la Opinión Pública, poniendo énfasis en los acuerdos y las diferencias entre ellos.

Al estudiar el pensamiento de los autores contemporáneos Usted observará la ineludible importancia de los medios de comunicación de masas en los procesos de formación de la Opinión Pública. Esta observación los conducirá a reflexionar sobre las relaciones entre la Opinión Pública y la comunicación política, y el impacto que los mensajes de los medios producen en las conductas y comportamientos de la población.

La Unidad 2 lo ayudará, entonces, a profundizar esta indagación desde una perspectiva histórica, a través de las teorías sobre los efectos de los medios de comunicación de masas que se han desarrollado desde principios de siglo.

Además, analizará los diferentes impactos que se han atribuido a los medios y

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO			
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES – Sede: TRELEW			
PROGRAMA DE: OPINIÓN PÚBLICA		DEPARTAMENTO DE: CIENCIA POLITICA	
Cursado	Días de clase:	Horarios:	Aula/s
Primer Cuatrimestre	Miércoles		
PROFESOR RESPONSABLE: Mgter. José María Ramón			
Vigencia Año 2021 - 2022			

el tipo de relación que cada teoría de la comunicación social supone entre emisor y receptor, así como las características que se han adjudicado a los “públicos”. Es importante que intente detectar que tipo de sujeto supone cada teoría: un sujeto masa altamente vulnerable a los efectos de los medios, un sujeto racional crítico y selectivo o un sujeto permanentemente expuesto a los mensajes que conforman su registro de percepción.

En el ámbito de la política, la relación entre la Opinión Pública y los medios de comunicación se pone en marcha en un escenario privilegiado: las campañas electorales. La Unidad 3, centrada en la relación entre comunicación política y campañas electorales, le provee materiales para que Usted inicie el análisis de a propaganda política, teniendo en cuenta variables fundamentales como: los tiempos, los recursos, los temas, los *targets* y el tono de las campañas.

Al llegar a esta tercera unidad le recomendamos buscar materiales de alguna campaña local (afiches, volantes, *spots* televisivos) y aplicar los conocimientos que obtuvo hasta el momento realizando un análisis de la misma. También puede comparar una campaña con los resultados electorales o resultados de encuestas, tratando de establecer cuáles fueron los aciertos y los desaciertos en el diseño de la estrategia de tal campaña.

La última unidad, la cuarta, es una unidad metodológica que intenta orientarlo en las técnicas de medición de la Opinión Pública: estudios cualitativos y sondeos.

A través de las técnicas cualitativas y cuantitativas es posible estimar una medición de la Opinión Pública. Sin embargo, se han desarrollado muchas críticas a los sondeos, algunas orientadas a las limitaciones de la técnica misma, otras dirigidas a la forma inadecuada en que ésta se aplica.

A fin de que Usted tome contacto con estos debates hemos incorporado en la Unidad 4 algunos materiales donde se discute esta temática. Por medio de su lectura y análisis, usted estará en condiciones de formarse en opinión propia, teniendo en cuenta las limitaciones y las posibilidades que brindan las encuestas de opinión.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO			
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES – Sede: TRELEW			
PROGRAMA DE: OPINIÓN PÚBLICA		DEPARTAMENTO DE: CIENCIA POLITICA	
Cursado	Días de clase:	Horarios:	Aula/s
Primer Cuatrimestre	Miércoles		
PROFESOR RESPONSABLE: Mgter. José María Ramón			
Vigencia Año 2021 - 2022			

CONTENIDOS MÍNIMOS

Surgimiento y desarrollo del concepto de Opinión Pública. La Opinión Pública desde la perspectiva de los autores clásicos: J. Locke, A. De Tocqueville y J. Stuart Mill. La Opinión Pública desde la perspectiva de los autores contemporáneos: J. Habermas, Noëlle Neumann, N. Lucmann y H. Blumer, Formación de la Opinión Pública. El modelo de la cascada. Las relaciones entre política y comunicación. Opinión Pública y propaganda política. La Opinión Pública y los medios de comunicación. Teorías sobre la influencia de los medios de comunicación de masas: Efectos poderosos, efectos limitados, efectos cognitivos. La teoría de la espiral del silencio y la función de la agenda Setting. Funciones de las campañas electorales.

El Marketing Político. La propaganda política. Métodos cualitativos. Contextualización de la información. Sistematización de los datos. Métodos cuantitativos. El uso de la estadística en los estudios de Opinión Pública. Las encuestas de opinión. El debate sobre la Cientificidad de los sondeos. Sus alcances y limitaciones.

PROGRAMA – Unidades y bibliografía

Contenidos: Unidad N°1 Historia de la Opinión Pública

- Surgimiento y desarrollo del concepto de Opinión Pública.
- La Opinión Pública desde la perspectiva de los autores clásicos y los ciclos históricos de su desarrollo.

Bibliografía de la Unidad N°1 Historia de la Opinión Pública

- *Capellan y Zabal - Historia de la Opinión pública - concepto e historia. en enciclopedia de la comunicación. Cantavella juan y serrano Oceja, José*

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO			
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES – Sede: TRELEW			
PROGRAMA DE: OPINIÓN PÚBLICA		DEPARTAMENTO DE: CIENCIA POLITICA	
Cursado	Días de clase:	Horarios:	Aula/s
Primer Cuatrimestre	Miércoles		
PROFESOR RESPONSABLE: Mgter. José María Ramón Vigencia Año 2021 - 2022			

editores. CEU ediciones.

- *Javier H. Contreras Orozco, Opinión pública y pasión del poder, Rev. Quid Iuris, Año 7, Volumen 20, Marzo-Mayo 2013.*
- *Glendinning Nigel; Cambios en el concepto de la opinión pública a fines del siglo XVIII Nueva Revista de Filología Hispánica, núm. 1, 1984, pp. 1-21.*
- *Ramírez, Manas B. (2016) "El recorrido conceptual de la "opinión pública": de ideal político a objeto de control institucional", Cuadernos de Historia Contemporánea, 38: 209-233.*
- *Mancera Carrero y Mónica victoria; historia de la opinión pública desde las perspectivas políticas a las perspectivas mediáticas, Bogotá, 2007 facultad: Ciencias políticas y Relaciones Internacionales – pontificia universidad javeriana.*
- *Cándido monzón arribas, orígenes y primeras teorías sobre la opinión pública: el liberalismo y el marxismo. Revista de Estudios Políticos (Nueva Época) Número 44, Marzo-Abril 1985.*
- *Monzon arribas cándido –historia de la opinión publica - liberalismo e ilustración. En la reina del mundo. reflexiones sobre historia de la opinión pública, editores: garerido y tejero.*
- *Seoane, J. (2019). Opinión pública. Eunomía. Revista en Cultura de la Legalidad, 17, 235-248. <https://doi.org/10.20318/eunomia.2019.5028>*
- *Ezequiel B. Sirlin; Alexis de Tocqueville: opinión pública y declinación del discurso revolucionario, Universidad de Buenos Aires, Argentina*

Contenidos: Unidad N° 2: Teorías de la Opinión Pública.

-La Opinión Pública desde la perspectiva de los autores contemporáneos: J. Habermas, Noëlle Neumann, N. Luhmann y

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO			
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES – Sede: TRELEW			
PROGRAMA DE: OPINIÓN PÚBLICA		DEPARTAMENTO DE: CIENCIA POLITICA	
Cursado	Días de clase:	Horarios:	Aula/s
Primer Cuatrimestre	Miércoles		
PROFESOR RESPONSABLE: Mgter. José María Ramón Vigencia Año 2021 - 2022			

G. Sartori.

-Teorías de la Formación de la Opinión Pública.

Bibliografía de la Unidad N°2 Teorías de la Opinión Pública

- *Pierre Bourdieu; La Opinión Pública No existe; Presentación realizada Noroît (Arras) en enero de 1972 y publicada en los tiempos modernos, 318, enero de 1973, pág. Desde 1292 a 1309. Incluido en Cuestiones de Sociología, París, Les Editions de Minuit, 1984, p. 222-235.*
- *López García Guillermo 2.6) Teorías de la opinión pública, en TESIS DOCTORAL: Comunicación Electoral y Formación de la Opinión Pública: las Elecciones Generales de 2000 en la Prensa Española en línea en <https://www.uv.es/=guilopez/documentos/indicetesis.htm>*
- *Aguilar Villanueva Luis F.; Una reconstrucción del concepto de opinión pública. Revista mexicana de opinión pública versión On-line N°23 México jul./dic. 2017 Memoria de la Opinión Pública.*
- *Jesús Leticia Mendoza Pérez; Perspectivas teóricas sobre la opinión pública: Habermas y Noelle-Neumann. Universidad de Colima http://www.ucol.mx/interpretextos/pdfs/643_inpret6710.pdf*
- *Portillo Sánchez Maricela; Opinión pública y democracia. Dos miradas: El modelo normativo de Habermas y el modelo psicosocial de Noelle-Neumann. Revista Razón y Palabra Número 18, Mayo –Julio 2000*
- *García Ana Pamela; El problema de la opinión pública en el pensamiento sociológico de Habermas, Luhmann y Bourdieu: disquisiciones políticas, comunicacionales e ideológicas sobre un fenómeno ¿democrático? Revista temas sociológicos N°18 · 2014 · PP. 143 – 174.*
- *García Blanco Jose; La construcción de la realidad y la realidad de su construcción. Universidad de Oviedo. Rev. Doxa comunicación N°1. <https://recyt.fecyt.es/index.php/doxacom/article/view/35796>*

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO			
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES – Sede: TRELEW			
PROGRAMA DE: OPINIÓN PÚBLICA		DEPARTAMENTO DE: CIENCIA POLITICA	
Cursado	Días de clase:	Horarios:	Aula/s
Primer Cuatrimestre	Miércoles		
PROFESOR RESPONSABLE: Mgter. José María Ramón Vigencia Año 2021 - 2022			

- *Alonso Marcos, Felipe; Análisis de la investigación contemporánea sobre la Espiral del silencio (1990-2010) Tesis doctoral. Univ Pompeu Fabra. Barcelona.*
- *Boladeras Cucurella Margarita; La opinión pública en Habermas. Universitat de Barcelona. Facultat de Filosofia*
- *Habermas J; Historia y critica de la opinión pública;*
- *Almansa Martínez, Ana, Reseña de "La realidad de los medios de masas" de Niklas Luhmann, Razón y Palabra, vol. 16, núm. 75, febrero-abril, 2011, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, México.*
- *Felicísimo Valbuena de la fuente, Punto. 37. la teoría de los efectos de E. Noëlle-Neuman, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense.*
- *Gilli, Gustavo; Capítulo VII de Habermas, Jürgen Historia y crítica de la opinión pública. En la transformación estructural de la vida pública, Barcelona, 2002.*
- *Sartori g.; Homo Videns La Sociedad Teledirigida; Ed. Taurus. 1997.*

Contenidos: Unidad N°3 Efectos poderosos, Efectos limitados y efectos cognitivos.

- Teorías sobre la influencia de los medios de comunicación de masas: Efectos poderosos, efectos limitados, efectos cognitivos.
- La evolución de la teoría de los efectos de los medios de comunicación de masas

Bibliografía de la Unidad N°3 Efectos poderosos, Efectos limitados y

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO			
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES – Sede: TRELEW			
PROGRAMA DE: OPINIÓN PÚBLICA		DEPARTAMENTO DE: CIENCIA POLITICA	
Cursado	Días de clase:	Horarios:	Aula/s
Primer Cuatrimestre	Miércoles		
PROFESOR RESPONSABLE: Mgter. José María Ramón Vigencia Año 2021 - 2022			

efectos cognitivos.

- *Alonso Marcos Felipe; La evolución de la teoría de los efectos de los medios de comunicación de masas: la teoría de la espiral del silencio a partir de la construcción de la realidad social por parte de los medios de comunicación de masas. Tesis doctoral. Universitat Pompeu Fabra*
- *Lopez García Guillermo; Estudios de los efectos de mass media en la opinión publica, tesis doctoral, comunicación electoral y formación de la opinión publica. valencia. España. 2001.*
- *Álvarez-Gálvez, Javier; Modelos teóricos sobre los efectos de los medios de comunicación de masas. Madrid. Documento de Trabajo, 2 2012.*

Contenidos de la Unidad N°4 Agenda Setting y el Framing encuadre de noticias políticas.

- Los orígenes y la evolución de la teoría de la Agenda Setting.
- La Teoria del Framning o encuadre de noticias. Su origen y características centrales.
- Análisis de casos y procesos regionales.

UNIDAD N°4 Agenda Setting y el Framing encuadre de noticias

- *Aruguete, N. (2009). Estableciendo la agenda. Los orígenes y la evolución de la teoría de la Agenda Setting [versión electrónica], Ecos de la comunicación, 2(2). <http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/estableciendo-la-agenda.pdf>*
- *McCombs Maxwell - Estableciendo la Agenda, el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento, ed. paidós. 2004.*
- *Sadaba Teresa - Framning el encuadre de noticias. Ed. Buenos aires, La crujía 2008.*

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO			
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES – Sede: TRELEW			
PROGRAMA DE: OPINIÓN PÚBLICA		DEPARTAMENTO DE: CIENCIA POLITICA	
Cursado	Días de clase:	Horarios:	Aula/s
Primer Cuatrimestre	Miércoles		
PROFESOR RESPONSABLE: Mgter. José María Ramón Vigencia Año 2021 - 2022			

Contenidos de la Unidad N° 5: Comunicación política, virtualización, ciberpolítica y redes sociales

- Campañas electorales, Propaganda y medios de comunicación.
- Funciones de las campañas electorales. El Marketing Político.
- Opinión Pública y la comunicación política en las redes sociales y los nuevos ecosistemas.

Unidad N°5 Comunicación política, virtualización, ciberpolítica y redes sociales

- *Fara Carlos; Acciones para una buena comunicación en campañas electorales: manual de marketing y comunicación política; 1a ed. – Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Konrad Adenauer Stiftung, 2013.*
- *Badillo Jorge; La construcción mediática en las redes sociales en los periódicos mexicanos. Cap. 2. Tesis doctoral. 2017. Univ. Complutense de Madrid. España.*
- *Fernández, Carmen Beatriz, Ciberpolítica 2018. Tendencias en Latinoamérica. En nuevas campañas electorales, Fund. Konrad Adenauer.*
- *Montserrat Fernández Crespo; Predicción Electoral mediante análisis De Redes Sociales. Cap. 1 Tesis doctoral. 2013. Univ. Complutense de Madrid. España.*
- *Scolari, Carlos; HIPERMEDIACIONES ciber comunicación 2008, Primera parte. Barcelona Editorial Gedisa.*

PROFUNDIZACIONES

Contenidos de la Unidad N°6: Comunicación política - Fake news.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO			
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES – Sede: TRELEW			
PROGRAMA DE: OPINIÓN PÚBLICA		DEPARTAMENTO DE: CIENCIA POLITICA	
Cursado	Días de clase:	Horarios:	Aula/s
Primer Cuatrimestre	Miércoles		
PROFESOR RESPONSABLE: Mgter. José María Ramón			
Vigencia Año 2021 - 2022			

(Profundizaciones optativas)

- La manipulación organizada en las redes sociales para influenciar a la opinión pública. Casos, tipos y usos.
- Aproximación al fenómeno de las fake news, y la manipulación en la comunicación política en el marco de la posverdad.
- Análisis de casos y procesos regionales.

Unidad N°6: Comunicación política - Fake news. (Profundizaciones optativas)

- Samantha Bradshaw, El orden global de la desinformación inventario global de la manipulación organizada de redes sociales, 2019, Universidad de Oxford, Philip N. Howard. Universidad de Oxford.
- Montserrat Fernández Crespo; Predicción electoral mediante análisis de redes sociales; Cap.1, MADRID, 2013 Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid.
- Frederick De Backer, Posverdad y fake news: propaganda y autoritarismo en el siglo XXI, Parte 1. Madrid, Julio 2019, Tesis. Universidad Nacional de Educación A Distancia.

Contenidos de la: Unidad N°7: Comunicación política – Storytelling. (Profundizaciones optativas)

- Cuéntame una historia y votaré, El poder del storytelling en la política.
- Del storytelling al storydoing.
- Del discurso político a la emoción política. Cambios fundamentales en la comunicación política en nueva era de la imagen.
- Análisis de casos y procesos regionales.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO			
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES – Sede: TRELEW			
PROGRAMA DE: OPINIÓN PÚBLICA		DEPARTAMENTO DE: CIENCIA POLITICA	
Cursado	Días de clase:	Horarios:	Aula/s
Primer Cuatrimestre	Miércoles		
PROFESOR RESPONSABLE: Mgter. José María Ramón			
Vigencia Año 2021 - 2022			

Unidad N°7: Comunicación política – Storytelling. (Profundizaciones optativas)

- Pérez Múnera, Carlos Andrés; Cuéntame una historia y votaré, El poder del storytelling en la política. Centro de Análisis y Entrenamiento Político-CAEP, 2019.
- Del storytelling al storydoing, Voces de 30 marcas sobre la emergencia de las historias, Madrid, octubre 2017. Desarrollando Ideas es el Centro de Liderazgo a través del Conocimiento de LLO RENTE & CUENCA.
- Entrevista a la politóloga valenciana Carla Giner. Storytelling político Relatos para narrar políticas, candidatos y partidos, | Storytelling político La Comarca Política.
- Vázquez Lorca, María; No me convenza, emocióneme!!!, Octubre 2014.
- Cárdenas, J. (2013). Storytelling y márketing político: humanidad y emociones en la búsqueda de la visibilidad legitimada. Poliantea IX, (16), pp. 33-50.
- Christian Salmon; Storytelling, La máquina de fabricar historias y formatear las mentes. Ediciones península. 2008.

Contenidos de la: Unidad N°8: Cámara de eco y sesgo confirmatorio. (Profundizaciones optativas)

- Sobre burbujas, filtros, cámaras de ecos y mediación algorítmica en la opinión pública en línea.
- Historia y alcance del concepto cámaras de eco. Que es una burbuja informativa. De la cámara de eco a la posverdad. Debates teóricos.
- Análisis de casos y procesos regionales.

Unidad N°8: Cámara de eco y sesgo confirmatorio. (Profundizaciones optativas)

- Atilano Morales, J. (2019). Fisuras en la cámara de eco en tres procesos

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO			
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES – Sede: TRELEW			
PROGRAMA DE: OPINIÓN PÚBLICA		DEPARTAMENTO DE: CIENCIA POLITICA	
Cursado	Días de clase:	Horarios:	Aula/s
Primer Cuatrimestre	Miércoles		
PROFESOR RESPONSABLE: Mgter. José María Ramón Vigencia Año 2021 - 2022			

electorales. Comunicación y Sociedad, e7259. doi: <https://doi.org/10.32870/cys.v2019i0.7259> El Colegio de México, México.

- Rodríguez, C.A. (julio-diciembre 2017). Los usuarios en su laberinto: burbujas de filtros, cámaras de ecos y mediación algorítmica en la opinión pública en línea, Virtualis, 8 (16), pp. 57-76.
- Rey Amalio, Burbujas sociales y Cámaras de Eco. En blog de innovación con mirada crítica y humanista, <https://www.amaliorey.com/2015/03/13/burbujas-sociales-y-camaras-de-eco-post-448>
- Lionel Bonaventure, No vives en una burbuja informativa. Artículo Diario el país. JUN 2019. <https://elpais.com/hemeroteca/2019-06-01>
- Thi Nguyen, El problema de vivir dentro de las cámaras de eco. Artículo. 22 septiembre, 2019. <https://arcanusrandomstuffs.wordpress.com/2019/09/22/el-problema-de-vivir-dentro-de-las-camaras-de-eco>
- Benassini Félix Claudia, De la cámara de eco a la posverdad: reflexiones sobre la falsedad de la información en Facebook. Mexico

Contenidos de la: Unidad N°9: El Newsmaking. (Profundizaciones optativas)

- Producción y circulación de la noticia política: el newsmaking,
 - Nuevos Enfoques sobre el newsmaking, la objetividad periodística y la construcción de las noticias políticas.
 - El Newsmaking, y los cronistas freelances una mirada a los portales de noticias políticas de Facebook y youtube.
 - Análisis de casos y procesos regionales

Unidad N°9: El Newsmaking. (Profundizaciones optativas)

- Raúl Alberto Acosta Peña, Producción y circulación de la noticia: el

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO			
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES – Sede: TRELEW			
PROGRAMA DE: OPINIÓN PÚBLICA		DEPARTAMENTO DE: CIENCIA POLITICA	
Cursado	Días de clase:	Horarios:	Aula/s
Primer Cuatrimestre	Miércoles		
PROFESOR RESPONSABLE: Mgter. José María Ramón			
Vigencia Año 2021 - 2022			

newsmaking, Chasqui No. 123, septiembre 2013.

- Lorena Retegui, La construcción de la noticia desde el lugar del emisor, Una revisión del newsmaking. Revista Mexicana de Opinión Pública • año 12 • núm. 23 • julio-diciembre de 2017 • pp. 103-121
- Benavides, Jeovanny. (2017). El Newsmaking, un nuevo enfoque para el abordaje de las rutinas productivas de los cronistas freelances. Comhumanitas: revista científica de comunicación, 8(1), 28-41.

Contenidos de la Unidad N°10: Comunicación política - Spin Doctoring (Profundizaciones optativas)

- El fenómeno del spin doctoring: el estado de la cuestión y su práctica.
- Nuevas relaciones estratégicas entre el operador de medios y los periodistas.
- Análisis de casos y procesos regionales.

Unidad N°10: Comunicación política - Spin Doctoring. (Profundizaciones optativas)

- Cala Siria María Reyes, el fenómeno del spin doctoring: el estado de la cuestión y su práctica en España. tesis doctoral. universidad complutense de Madrid. 2014.
- Dader JL (2014): “El periodista, entre el Poder”. Revista Latina de Comunicación Social, 69, pp. 637 a 660.
http://www.revistalatinacs.org/069/paper/1028_UCM/31es.html

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO			
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES – Sede: TRELEW			
PROGRAMA DE: OPINIÓN PÚBLICA		DEPARTAMENTO DE: CIENCIA POLITICA	
Cursado	Días de clase:	Horarios:	Aula/s
Primer Cuatrimestre	Miércoles		
PROFESOR RESPONSABLE: Mgter. José María Ramón Vigencia Año 2021 - 2022			

EVALUACIÓN

La Metodología de Evaluación prevista para la materia es:

- Dos instancias parciales que aprobadas habilitan al examen final.
- Dos Trabajos prácticos obligatorios.
- Toda instancia parcial contempla la posibilidad que se realice en forma domiciliaria.
- Desde la entrega de las consignas hasta la fecha de entrega del parcial por parte del alumno el tiempo asignado es de una semana.
- Toda instancia parcial tiene una instancia recuperatoria.
- El examen final es oral, y contempla la evaluación de la totalidad del programa, la aprobación parcial no implica aprobaciones parciales definitivas de la materia.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO			
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES – Sede: TRELEW			
PROGRAMA DE: OPINIÓN PÚBLICA		DEPARTAMENTO DE: CIENCIA POLITICA	
Cursado	Días de clase:	Horarios:	Aula/s
Primer Cuatrimestre	Miércoles		
PROFESOR RESPONSABLE: Mgter. José María Ramón			
Vigencia Año 2021 - 2022			

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE/GUÍA DE PREGUNTAS

ORIENTATIVAS:

- 1-En función de la bibliografía de la Unidad N° 1, explique por qué no se puede dar una definición única del concepto Opinión Pública.
- 2-Describa algunas de las concepciones con las que el sentido común tiende a identificar la expresión Opinión Pública. Caracterícela según los autores leídos.
- 3- Busque diferentes definiciones de Opinión Pública y luego identifique:
 - Las que se postulan desde la perspectiva política.
 - Las que tienden a la dimensión psicosociológicas.
 - Las que responden al enfoque empírico.
- 4- Explique el proceso de formación de un ámbito público y su influencia en el surgimiento de la Opinión Pública. Tenga en cuenta la bibliografía sobre el surgimiento de la Opinión Pública.
- 5- Analice el contexto de transformaciones económicas, políticas y sociales en el que se inscribe el nacimiento de la Opinión Pública.
- 6- Compare la idea de Opinión Pública en la ilustración con la sostenida en los Siglo XV, XVI y XVII. ¿Cómo concibe al sujeto de la opinión estas distintas tradiciones?
- 7- ¿Cuáles son los supuestos del pensamiento liberal clásico que subyacen en la caracterización del régimen político a principios del Siglo XIX?
- 8- Caracterice el enfoque empirista de la Opinión Pública.
- 9- Explique porque J. Habermas sostiene que dicho enfoque propició la disolución psicosociológica del concepto de Opinión Pública
- 10- Cual es su posición frente a una Opinión Pública transformada en opinión masa y desvinculada a unas reglas de discusión política
- 11- Apoyándose en la bibliografía, caracterice los dos significados que la Opinión

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO			
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES – Sede: TRELEW			
PROGRAMA DE: OPINIÓN PÚBLICA		DEPARTAMENTO DE: CIENCIA POLITICA	
Cursado	Días de clase:	Horarios:	Aula/s
Primer Cuatrimestre	Miércoles		
PROFESOR RESPONSABLE: Mgter. José María Ramón			
Vigencia Año 2021 - 2022			

Pública puede asumir en el mundo contemporáneo. Identifique aquella definición que J. Habermas considera dominante en las sociedades industrializadas.

¿Cual de los dos significados expresa para el autor una verdadera posibilidad de construir una sociedad democrática? Justifique su respuesta.

12- ¿Por que la teoría de J. Habermas se define como crítica y comparativa?

13- Reflexione sobre la idea de sujeto en la instancia crítica de la Opinión Pública en J. Habermas. Con que tradición podría relacionarla.

14- ¿Cuales son los obstáculos que la comunicación masiva impone al debate racional y participativo en las sociedades modernas?

15- Explique el modo en que J. Habermas considera posible que se efectivice en dichas sociedades, una Opinión Pública en un sentido estricto.

16- ¿Como define N. Neumann la Opinión Pública?

17- ¿Que tipo de control ejerce la Opinión Pública sobre el individuo? Relacione con la ley de la opinión de Locke y Tocqueville.

18- Compare el sujeto de la Opinión Pública y la concepción de lo público en N. Neumann y en J. Habermas.

19- Explique porque N. Neumann afirma que la perspectiva que ella asume en su análisis es pisosociológica. Confronte con el enfoque Habermasiano.

20- Explique la teoría de la espiral del silencio como proceso de formación de la opinión y la particular influencia de los medios en las sociedades modernas.

21- La conceptualización propuesta en la llamada Teoría de la espiral del silencio", según la autora, busca ser empíricamente demostrada a partir de los datos ofrecidos por las encuestas. 22- Teniendo en cuenta los ejemplos presentados por esta autora, ¿podría usted ofrecer testimonios que corroboren sus hipótesis? Explícelos.

23- Sintetice las críticas que el abordaje teórico de N. Neumann ha suscitado en el debate contemporáneo sobre la Opinión Pública.

24- Defina el nuevo concepto de Opinión Pública elaborado por Luhmann.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO			
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES – Sede: TRELEW			
PROGRAMA DE: OPINIÓN PÚBLICA		DEPARTAMENTO DE: CIENCIA POLITICA	
Cursado	Días de clase:	Horarios:	Aula/s
Primer Cuatrimestre	Miércoles		
PROFESOR RESPONSABLE: Mgter. José María Ramón			
Vigencia Año 2021 - 2022			

Relaciónelo con su preocupación por abordar el fenómeno en el contexto de la sociedad industrializada.

25- Analice la visión de Luhmann del sistema social en las sociedades modernas. ¿Por qué desde su teoría, la Opinión Pública contribuye a simplificar los caracteres de la interpretación social moderna?

26- Explique la teoría de la tematización siguiendo la metáfora del haz luminosos.

27- Describa el papel que Luhman le atribuye a los medios de comunicación masiva, a través de su referencia a la agenda Setting.

28- Compare la posición de este autor con la de J. Habermas y con la de N. Neumann ¿En el análisis de qué aspectos su enfoque coincide o difiere con el de estos autores?

29- Enuncie la definición que sobre el concepto de Opinión Pública ofrece G. Sartori.

30- Cómo atenta la imagen a la racionalidad ciudadana según el homo videns.

31- Reconozca la crítica que G. Sartori realiza al modelo teórico propuesto por Deutsch.

32- Analice los alcances de la definición de comunicación política.

33- Reconozca, apoyándose en el trabajo de Wolton, los actores que participan actualmente en la comunicación política y analice las relaciones que entre ellos se establecen.

34- Identifique los instrumentos de que se vale cada uno de los actores para manifestarse.

35- Una vez señalado los actores y las dimensiones constitutivos de la comunicación política, explique de donde proviene la legitimidad de cada uno de ellos para participar en las democracias masivas.

36- Defina las funciones que cumple la comunicación política en las sociedades de masas en contextos de elecciones, en situación normal y durante una crisis política. A continuación, reflexione sobre las razones por las cuales la

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO			
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES – Sede: TRELEW			
PROGRAMA DE: OPINIÓN PÚBLICA		DEPARTAMENTO DE: CIENCIA POLITICA	
Cursado	Días de clase:	Horarios:	Aula/s
Primer Cuatrimestre	Miércoles		
PROFESOR RESPONSABLE: Mgter. José María Ramón			
Vigencia Año 2021 - 2022			

comunicación se ha convertido actualmente en un problema fundamental en el mantenimiento del orden público.

37- Según la teoría del impacto directo (1920-1940), ¿que tipo de efectos provocan los medios sobre la Opinión Pública?, ¿Que intensidad poseen dichos efectos, que tipo de sujeto supone, y cual es el objetivo que se proponen los medios al ofrecer información a las audiencias?

38- Describa la teoría de la bala y de la aguja hipodérmica que a la manera de metáforas, han sido utilizadas para una mejor comprensión del modelo estímulo-respuesta propuesto por esta teoría.

39- Explique el contexto socio-político y metodológico en el que tuvo lugar la enunciación y difusión de esta teoría.

40- En relación a la teoría de los efectos limitados (1940-1970) analice que tipo de efectos provocan los medios sobre la Opinión Pública, que intensidad poseen dichos efectos, que tipo de sujeto supone, y cual es el objetivo que se proponen los medios sobre la Opinión Pública.

41- Compare las teorías del impacto directo y de los efectos limitados.

42- Analice los argumentos de Lazarsfeld sobre la teoría de los efectos limitados.

¿Cual sería, según Lazarsfeld, el rol que desempeñan los líderes sociales en el proceso de formación de opinión?

43- Realice un comentario en el que analice los principales hallazgos de Lazarsfeld en relación con los efectos de la comunicación de masas.

44- Con respecto a la teoría de los efectos Cognitivos (desde 1970), describa los cambios de orientación que ha experimentado el estudio de los efectos de la comunicación masiva y sintetice las causas que los han motivado.

45- ¿Que se entiende por efectos cognitivos?

46- ¿Como se concibe a la Opinión Pública desde este tipo de estudios?

47- Relacione la tipología de los efectos propuesta por Saperas con los estudios ligados al establecimiento de la agenda temática o agenda Setting.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO			
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES – Sede: TRELEW			
PROGRAMA DE: OPINIÓN PÚBLICA		DEPARTAMENTO DE: CIENCIA POLITICA	
Cursado	Días de clase:	Horarios:	Aula/s
Primer Cuatrimestre	Miércoles		
PROFESOR RESPONSABLE: Mgter. José María Ramón			
Vigencia Año 2021 - 2022			

48- Elabore una definición de la agenda Setting y explicité su relación con la teoría de la tematización de Luhmann.

49- Identifique los objetos de estudio propuestos de la agenda Setting.

Compare el rol de los medios en los estudios sobre las agendas y en la teoría de la espiral del silencio.

50- ¿Que es la video política?, señale los puntos centrales de la contribución de G. Sartori al debate sobre la formación de la Opinión Pública y realice, teniendo en cuenta lo estudiado, un análisis crítico de su interpretación.

51- Confeccione un cuadro de síntesis en el que compare los supuestos centrales de las tres grandes teorías de los efectos de los medios sobre la Opinión Pública: la de los efectos poderosos, la de los limitados y la de los cognitivos.

52- Analice el concepto de espacio público político a partir del advenimiento de las democracias masivas, según ferry, y los principios que lo rigen.

53- ¿Por qué los medios asumen, para ferry, un poder político legítimo en relación con la representación de Opinión Pública?

54- ¿Cuales son los efectos de la instalación del principio mediático en relación con la representación de la Opinión Pública?

55- ¿Cuales son los efectos de la instalación del principio mediático en relación con la representación política clásica?

56- ¿Que consecuencias tiene sobre la Opinión Pública el poder que ha adquirido la comunicación política gracias a los medios de comunicación masiva? Compare las conclusiones de ferry con las de G. Sartori. (Véase unidad 2).

57- Mucho se ha debatido respecto de la influencia particular que la televisión ejerce sobre las decisiones políticas del electorado. Teniendo en cuenta estos textos de la bibliografía que abordan este tema, trate de analizar un caso concreto a su alcance.

58- Realice un análisis comparativo entre el modelo de comercialización política con el modelo dialógico y propagandista en relación con los actores y sus

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO			
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES – Sede: TRELEW			
PROGRAMA DE: OPINIÓN PÚBLICA		DEPARTAMENTO DE: CIENCIA POLITICA	
Cursado	Días de clase:	Horarios:	Aula/s
Primer Cuatrimestre	Miércoles		
PROFESOR RESPONSABLE: Mgter. José María Ramón			
Vigencia Año 2021 - 2022			

características, la definición de espacio público y el papel de los medios.

59- Defina los principios básicos sobre los que se asienta el modelo funcional de investigación de las campañas electorales.

60- Identifique los tipos de usos/funciones que se pueden dar a la comunicación política, según los autores vistos.

61- ¿Que se entiende por publicidad política y quienes se hallan involucrados en ella?

62- Defina las funciones de publicidad electoral según los autores vistos.

63- ¿Qué son y que finalidad persiguen los comités de Acción Política?, Cuales son los riesgos y beneficios de la influencia de los comités para la actividad política?

64- Tome un caso reciente y analice la estrategia de publicidad electoral elegida por los publicistas de un candidato.

65- Diferencia los distintos tipos de estrategia publicitaria contenidos en los mensajes analizados. Identifique aquellas dirigidas a fijar algunas ideas clave de la propuesta del candidato.

66- ¿Cuales son las ventajas y/o los límites que los sondeos de Opinión Pública ofrecen a la reflexión científica sobre lo que la gente efectivamente piensa o cree? Compare posiciones de diferentes autores vistos.

67- Sintetice las críticas más comunes a las encuestas de opinión.

68- Analice la posición de los autores con respecto de la utilidad que tienen los sondeos.

69- Compare la opinión de los autores sobre las funciones que tienen las encuestas.

70- Analice la posible influencia que ejerce conocer los resultados de las encuestas sobre las decisiones del votante, y relaciónelo con la Teoría de la Espiral del silencio de N. Neumann.

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PATAGONIA SAN JUAN BOSCO			
FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES – Sede: TRELEW			
PROGRAMA DE: OPINIÓN PÚBLICA		DEPARTAMENTO DE: CIENCIA POLITICA	
Cursado	Días de clase:	Horarios:	Aula/s
Primer Cuatrimestre	Miércoles		
PROFESOR RESPONSABLE: Mgter. José María Ramón			
Vigencia Año 2021 - 2022			

71- Analice el estado de la legislación Argentina al respecto.

72- Recupere y recuerde de las materias anteriores los diversos estilos de cuestionarios, procesamiento de datos, etc.

73- Busque sondeos de opinión actuales que le permitan tenerlo como insumo para el análisis de los diversos temas de la unidad.

-		
VISADO		
DECANO	SECRETARIO ACADEMICO FACULTAD	JEFE DE DEPARTAMENTO
FECHA	FECHA	FECHA