



Universidad Nacional del Litoral
Facultad de Humanidades y Ciencias

FHUCCP013: Teoría de la Opinión Pública

2020 - 1er. Cuatrimestre

18: Licenciatura en Ciencia Política

Titular:

KAIPL, Esteban Germán

Equipo de Cátedra:

KAIPL, Esteban Germán

PERTICARÁ, Mariana Andrea

VIGIL, Maria Fernanda

Régimen de cursado:

Cuatrimstral

Presentación de la materia:

La asignatura constituye parte del segundo ciclo de la carrera, siendo una asignatura obligatoria.

Se propone brindar elementos fundamentales provenientes de diversas disciplinas para la observación, análisis e interpretación de uno de los

fenómenos más complejos del mundo contemporáneo: el de la configuración de la opinión pública.

Frente a este fenómeno que manifiesta una tensión constante provocada por el corrimiento de la frontera entre lo que se considera como público y lo que se considera como privado, la asignatura remarca la necesidad de articular herramientas conceptuales vinculadas a la comunicación social, a la filosofía, la sociología, la politología, la economía, los estudios culturales, los medios de comunicación, que puedan dar cuenta de esa complejidad.

Es en ese sentido, la asignatura se desarrolla dando cuenta de fenómenos diversos que atañen de manera directa a la construcción dinámica de la opinión pública, que se mueve con la sociedad misma; a saber: la relación entre la política y la opinión pública; entre las técnicas de comunicación y el contenido de la misma; entre variables metodológicas relacionadas a las técnicas de medición de la opinión pública y sus alcances; el surgimiento de nuevos actores y la constitución de la pertinencia de la agenda setting. Este desarrollo articula de manera coherente tres grandes ejes:

- Un primer eje vinculado de manera directa a la teoría política, a la sociología política y a la sinuosa metamorfosis de la representación política desde fines de siglo XIX hasta el mundo contemporáneo. Este primer eje tiene un doble componente, por un lado un componente epistemológico que se vincula a la construcción de la opinión pública como fenómeno y los debates en torno a ello; y, por otro lado, un componente vinculado a la cuestión de la frontera que separa lo privado de lo público. Esta se manifiesta de manera cambiante todo el tiempo y con más aceleración desde el siglo XX, de allí la necesidad de reflexionar acerca de lo público, la publicidad y la opinión pública que han encontrado



manifestaciones tan diversas como polémicas. Se expondrá para ello la aparición con fuerza de diversas tradiciones de pensamiento político en la arena pública para poder pensar esa tensión entre lo privado y lo público afecta de manera directa a las concepciones de cómo se configura la opinión pública tanto en el siglo XX como en el mundo actual.

- Un segundo eje en el que se vinculan medios y tecnologías de la comunicación, sus manifestaciones a través de las artes y los medios de comunicación, con el contenido que se comunica. En este sentido, la opinión pública se piensa como campo de estudio a cuyo desarrollo y consolidación han contribuido diferentes enfoques disciplinares. Las conceptualizaciones en torno a la opinión pública se han construido en el marco de procesos históricos en los que han intervenido los medios y tecnologías de comunicación. Ello particularmente a partir de relaciones y configuraciones históricamente situadas en los que los medios y las tecnologías de comunicación han intervenido e intervienen. En este sentido cobra relevancia la incorporación de los medios y las tecnologías en tanto una dimensión de análisis necesaria en el campo de estudio de la opinión pública.

- Un tercer eje aborda las relaciones entre opinión pública y el campo de los estudios comunicacionales, específicamente los desarrollados desde las denominadas Teorías de Recepción. Continuando con la reflexión iniciada en el eje anterior, hoy es impensable teorizar acerca de los fenómenos políticos al margen de los procesos culturales y comunicacionales que los constituyen, es por ello que se hará foco en las categorías de mediatización de lo político y reconversión del espacio público. En este sentido, se recuperarán claves de análisis de la opinión pública que incorporen a los medios de comunicación como actores legítimos y legitimados en la construcción de lo político.

Propósitos/objetivos:

- Relacionar el marco de interdisciplinariedad de los estudios contemporáneos de Opinión Pública.
- Entender las relaciones y funciones de los distintos actores y espectadores que interactúan en el proceso de construcción de opinión pública
- Plantear una lectura crítica sobre el concepto de opinión pública en su desarrollo histórico, desde el origen de la civilización occidental hasta nuestros días.
- Comprender la incidencia de los medios y tecnologías en los procesos históricos de conformación y transformación de la opinión pública.
- Analizar las principales propuestas teóricas que relacionan la opinión pública con los medios masivos de comunicación en el escenario político contemporáneo.

Organización de contenidos y bibliografía:

Unidad: 1

Unidad 1: Teoría Política, Representación y Opinión Pública

- Debates epistemológico sobre la comunicación y el espacio público.
- Teoría política o teoría social de la opinión pública.
- Publicidad u opinión pública como objeto de análisis.
- La dimensión política de la opinión pública.
- Opinión Pública y la metamorfosis de la representación política, del surgimiento de la sociedad de masas a la sociedad de la información.
- El nuevo espacio público, videopolítica y tecnopolítica.



Bibliografía:

Bibliografía obligatoria

- FERRY, J-M. (1998), ¿Las transformaciones de la publicidad política?, en FERRY, J-M et alt., El nuevo espacio público, Gedisa, Barcelona pp. 13-27
- HABERMAS, J. (1981), Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, Selección de la cátedra, Cap. IV pp. 124-171; y Cap. VII pp. 261-274.
- HABERMAS, J. (1992), Teoría de la Acción Comunicativa, Crítica de la razón funcionalista, Tomo II, pp. 402-425; 551-572.
- TORRES NAFARRATE, J. (1997), ¿La propuesta teórica de Niklas Luhmann?, en CAMOU, A.; CASTRO J. E. (Coord), La sociedad compleja. Ensayos en torno a la obra de Niklas Luhmann, FLACSO, & Triana Editores, México D.F., pp. 17-49
- SARTORI, G. (2003), Homo Videns, Octaedro, Buenos Aires, selección de cátedra, pp. 9-54.

Bibliografía complementaria

- BOURDIEU, P. (1992), La opinión pública no existe, en Debates en Sociología N°17, pp. 301-311.
- CARDOSO, G. (2011), De la comunicación de masa a la comunicación en red, Modelos comunicacionales y sociedad de la información, Barcelona, Institut de la Comunicació, apunte de cátedra.
- CHERESKY, I., El nombre del pueblo y de las convicciones.
- GARRETÓN, M. (1995), Democracia, ciudadanía y medios de comunicación, Un marco general, en VV. AA., Revista Mar y Arena, Sinaloa.
- LUHMANN, N. (2007), La realidad de los medios de comunicación de masas, Universidad Iberoamericana ? Anthropos, Barcelona, Cap. I pp. 1-13; Cap. XI pp. 111-126; Cap. XIII pp. 136-146.
- PRICE, V. (1994), La opinión pública. Esfera pública y comunicación, Paidós, Buenos Aires, pp.17-96.
- RODOTÁ, S. (2000). Tecnopolítica, La democracia y las nuevas tecnologías de la comunicación, Buenos Aires: Losada, pp. 7-68.
- SARLO, I., Siete hipótesis sobre la videopolítica.
- VERÓN, E. (1998), ¿Interfaces, sobre la democracia audiovisual avanzada?, en FERRY, J-M. et alt., El nuevo espacio público, Gedisa, Barcelona, pp. 124-139.

Unidad: 2

Unidad 2: Opinión pública y medios de comunicación

- Relaciones históricas. Prensa y debate racional. Cine, formación de identidades e imaginarios. La comunicación de masas y sus implicancias en términos de la conformación de la opinión pública. El discurso televisivo y espectáculo. El contexto de las tecnologías recientes.
- Constitución de lo público / privado y el lugar de los medios y tecnologías de comunicación en este proceso.
- Modelos de organización de los medios y su relación con concepciones sobre lo público/privado.

Bibliografía:

Bibliografía obligatoria

- Gouldner, Alvin. ¿La revolución en las comunicaciones: noticias, público e ideología?. En La dialéctica de la



Ideología y la Tecnología. Editorial Alianza Universidad, Madrid, 1978. VERSIÓN TEXTO ORIGINAL

- Habermas, Jürgen. "Capítulo VI: La transformación política de la función de la publicidad" en Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública. Ed. Gustavo Gilli, 2009.
- Pérez Tornero, José Manuel. La evolución de la alfabetización. Material Máster Internacional en Comunicación y Educación ? UAB. 2013.
- González Requena, Jesús y Arias, Luis Martín. "El texto televisivo". En Revista Signos Teoría y práctica de la educación.
- González Requena, Jesús. "Un mundo descorporeizado. Para una caracterización semiótica del discurso televisivo", en Contracampo, nº 39, 1985, Madrid.
- Verón, Eliseo. "El fin de la historia de un mueble". En Carlón, Mario / Scolari, Carlos (editores). El fin de los medios masivos. El comienzo de un debate. Ed. La Crujía. Buenos Aires, abril de 2009.
- Córdoba, María Liliana. "Sobre la democratización mediática: Raymond Williams y el valor de una pregunta". En Revista Questión. UNLP. Volumen 1 Nro. 24 (2009).
- Bustamante, Enrique - La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados. Ed. Gedisa, 2004. Capítulos 2 y 3 (págs. 17 a 45)
- Rincón, Omar. "Nuevas narrativas televisivas: relajar, entretener, contar, ciudadanizar, experimentar". En revista Comunicar Vol. XVIII núm. 36, 2011.

Bibliografía complementaria.

- Bourdieu, Pierre. Sobre la televisión. Ed. Anagrama, 1997.
- Echeverría, Javier. (2001) ?Impacto Cultural, Social y Lingüístico de las Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC)?. I Coloquio Tres Espacios Lingüísticos ante los Desafíos de la Mundialización. Paris, Francia. Marzo 2001. En: http://www.campus-oei.org/tres_espacios/icoloquio8.htm
- Flichy, Patrice. Una historia de la comunicación moderna. Espacio público y vida privada. Págs. 103 a 111 ?Apoyos para el recuerdo: colección y fotografía? y ?La imagen nace a la vida?. Págs. 138 y 139 ?La comunicación marítima?. Págs. 145 a 154. ?Un nuevo medio de masas?. Págs. 203 a 212 ?La comunicación íntima?, ?Del espacio público al espacio privado?, ?El cine: el último espectáculo colectivo?.
- Martín Barbero, Jesús. De los Medios a las Mediaciones. Editorial Gustavo Gilli, México, 1987. Págs. 177 a 193. Punto 4 ?Los medios masivos en la formación de las culturas nacionales?. En Capítulo I Los procesos: de los nacionalismos a las transnacionales de la Tercera Parte Modernidad y massmediación en América Latina.
- Sánchez Ruiz, Enrique. ?Globalización y convergencia: retos para las industrias culturales latinoamericanas?.
- Williams, Ederyn. El futuro de los medios de comunicación. Williams, Raymond. Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales. En Williams, Raymond (ed.). Historia de la comunicación. Volumen 2 De la imprenta a nuestros días. Ed. Bosch. Barcelona, 1992.
- Williams, Raymond. Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales. En Williams, Raymond (ed.). Historia de la comunicación. Volumen 2 De la imprenta a nuestros días. Ed. Bosch. Barcelona, 1992.
- Pérez Tornero, José Manuel. La televisión educativo-cultural. Material Máster Internacional en Comunicación y Educación ? UAB. 2013.

Unidad: 3

Unidad 3: Teorías de la comunicación, medios y política

- La democracia centrada en los medios.
- Teorías de la recepción. Agenda setting, priming y framing.



- El espacio político y la comunicación política.
- Medios de comunicación y construcción de ciudadanía.

Bibliografía:

Bibliografía obligatoria

- Álvarez-Gálvez, Javier (2012) Modelos teóricos sobre los efectos de los medios de comunicación de masas. DOCUMENTO DE TRABAJO, 2. Departamento de Sociología IV. Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. Universidad Complutense de Madrid.
- Bernal Hernández, David (2010). La publicidad política y el espacio público : una revisión del problema a partir de Rawls y Habermas. Tesis de Maestría en Ciencias Sociales; FLACSO México.
- Califano, Bernadette (2015) Los medios de comunicación, las noticias y su influencia sobre el sistema político. Revista Mexicana de Opinión Pública, julio-diciembre 2015, pp 61-78
- D'adamo, Orlando García Beaudoux, Victoria y Freidenberg, Flavia (2000) "Ese oscuro objeto llamado Opinión Pública" en Medios de comunicación, efectos políticos y opinión pública. Ed. de Belgrano.
- Freidenberg, Flavia (s/d) Los medios de comunicación de masas: ¿también son actores? Descargado de: <https://campus.usal.es/~dpublico/areacp/materiales/Mediosdecomunicacion.pdf>
- Ponce, Matías (2018) "Medios y política: Análisis bibliográfico sobre el concepto de mediatización en el debate teórico de la comunicación política 1979-2017" en Dixit n.º 29 :: julio-diciembre 2018 :: 48.
- Price, Vincent (1994), La opinión pública. Esfera pública y comunicación, Paidós, Buenos Aires, pp. 17-96.
- Rubio Ferreres, José María (2009) "Opinión pública y medios de comunicación" en Gazeta de Antropología, 2009, 25 (1), artículo 01 · <http://hdl.handle.net/10481/6843>

Bibliografía complementaria.

- Amadeo, B. (2008). Framing: Modelo para armar. En BAQUERIN DE RICCIPELLI, M. (Ed.), Los medios ¿aliados o enemigos del público? Derivaciones de las teorías de la comunicación surgidas en los setenta. Buenos Aires: EDUCA, pp. 183-237.
- Aruguete, Natalia. "Fase IV: El proceso de construcción de la agenda mediática" y "Nuevas fronteras en el establecimiento de la agenda: la emergencia de los nuevos medios" en El poder de la agenda. Política, Medios y Público. Ed. Biblos.
- Petrone, Fernando «Estudios de Agenda Setting. Conceptos, metodologías y abordajes posibles» Webiigg Sociales. N.p., n.d. Web. 04 Feb. 2014.
- Portillo Sánchez, Maricela (2000) "Opinión pública y democracia. Dos miradas: El modelo normativo de Habermas y el modelo psicosocial de Noelle-Neumann" en Revista Razón y Palabra - Número 18 - Mayo - Julio 2000. Disponible en: - <http://www.razonypalabra.org.mx/antteriores/n18/18omportillo.html>
- Rodrigo Alsina, Miguel (1993) "Capítulo 2: La producción de la noticia" y "Capítulo 8: Las noticias" en La construcción de la noticia. Paidós. Barcelona.
- Sampedro Blanco, Víctor (2000) "Diez rasgos de la nueva opinión pública" en Revista América Latina Hoy Nº 25, Agosto 2000, pp 9-14.
- Santillán Buelna, José Ramón (2015) Teorías de la comunicación y opinión pública en Revista Razón y Palabra Número 90 | Junio ? Agosto 2015| ISSN: 1605-4806 | PP. 673-685

Trabajos y evaluaciones:



Como parte de la metodología de trabajo enmarcada en el cursado virtual 2020 se establecieron dos instancias semanales de intercambio sincrónico, además de las orientaciones, contenidos y trabajo en el aula virtual del Entorno del Centro de Telemática. La asignatura contaba con este espacio virtual desde 2018, aunque se utilizaba como apoyo a la presencialidad.

La evaluación se realizó a través de trabajos prácticos grupales (un total de 6, 2 por cada unidad), una evaluación individual parcial domiciliaria de cierre de las Unidades 1 y 2, quedando pendiente un trabajo práctico final individual de cierre de la Unidad 3. El mismo se entrega con 15 días de antelación a la fecha de las mesas de exámenes. Una vez notificada la aprobación del mismo se le informa a cada estudiante que está en condiciones de rendir el examen oral.

La evaluación se completa la participación en actividades en clases (ya sea en la presencialidad como virtuales -en el caso de 2020), exposiciones orales, así como el seguimiento y cumplimiento de las consignas planteadas en el espacio del aula virtual.

Exigencias para obtener regularidad:

Entrega y aprobación de trabajos prácticos.

Aprobación de parcial domiciliario.

Modalidad de examen final:

Entrega de trabajo práctico final con antelación a la fecha de la mesa de examen.

Instancia de evaluación integradora en mesa de examen oral

Cronograma estimado:

UNIDADES/EJES TEMÁTICOS	Semanas														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1															
2															
3															

Programa Oficializado por el Consejo Directivo
Resolución N° 177/20