



Universidad Nacional de Moreno
Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

15

MORENO, 08 JUN 2015

VISTO el Expediente N° UNM: 0000403/2015 del Registro de la UNIVERSIDAD NACIONAL DE MORENO; y

CONSIDERANDO:

Que el REGLAMENTO GENERAL ACADÉMICO, aprobado por Resolución UNM-R N° 37/10 y sus modificatorias, el que fuera ratificado por el Acta de la Sesión Ordinaria N° 01/13 del CONSEJO SUPERIOR de fecha 25 de Junio de 2013, establece el procedimiento para la aprobación de las obligaciones curriculares que integran los Planes de Estudios de las carreras que dicta esta UNIVERSIDAD NACIONAL.

Que conforme lo dispuesto en el citado REGLAMENTO GENERAL, se ha elevado una propuesta de Programa de la asignatura: OPINIÓN PÚBLICA (3254C/M), del ÁREA: TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN, correspondiente al CICLO DE FORMACIÓN PROFESIONAL de la carrera LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL del DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES, de esta UNIVERSIDAD, aconsejando su aprobación con vigencia a partir del 2do. Cuatrimestre del ciclo lectivo 2015.

Que la SECRETARÍA ACADÉMICA de la UNIVERSIDAD ha

emitido opinión favorable, de conformidad con lo previsto en el artículo 3º de la Parte I del citado REGLAMENTO GENERAL, por cuanto dicho Programa se ajusta a las definiciones enunciadas en el artículo 4º de la Parte I del REGLAMENTO en cuestión, así como también, respecto de las demás disposiciones reglamentarias previstas en el mismo.

Que la SUBSECRETARÍA LEGAL Y TÉCNICA ha tomado la intervención de su competencia.

Que el CONSEJO del DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES, en sesión de fecha 16 de abril de 2015, trató y aprobó el Programa propuesto, conforme lo establecido en el artículo 2º de la Parte I del REGLAMENTO GENERAL ACADÉMICO.

Por ello,

EL CONSEJO DEL DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

DISPONE:

ARTÍCULO 1º.- Aprobar el Programa de la asignatura denominado OPINIÓN PÚBLICA (3254C/M), del ÁREA: TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN, correspondiente al CICLO DE FORMACIÓN PROFESIONAL de la carrera LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL del DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES, de esta UNIVERSIDAD, con vigencia a partir del 2do. Cuatrimestre del





15

Universidad Nacional de Moreno
Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

ciclo lectivo 2015, el que como Anexo I forma parte integrante de la presente Disposición.

ARTÍCULO 2º.- Regístrese, comuníquese, dese a la SECRETARÍA ACADÉMICA a sus efectos y archívese.-

DISPOSICIÓN UNM-DHyCS N° 15/15

Cuey

Marta Patricia Jorge

MARTA PATRICIA JORGE
DIRECTORA GENERAL DEPARTAMENTO
HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES



15

Universidad Nacional de Moreno
Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

ANEXO I

UNIVERSIDAD NACIONAL DE MORENO

Asignatura: OPINIÓN PÚBLICA (3254C/M)

Carrera: LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL (aprobado por resolución UNM -R N° 21/10)¹

Área: Teorías de la Comunicación

Trayecto curricular: Ciclo de Formación Profesional

Período: Año 5 - Cuatrimestre 10

Carga horaria: 96 (noventa y seis) horas

Vigencia: A partir del 2° cuatrimestre de 2015

Clases: 20 (veinte)

Régimen: de regularidad o libre

Responsable de la asignatura: Lic. LEONARDO RABINOVICH

Programa elaborado por: Lic. LEONARDO RABINOVICH

FUNDAMENTACIÓN:

El abordaje de este espacio constantemente referido desde múltiples perspectivas, a menudo no explicitadas, abre una polisemia que es necesario pensar desde diferentes metodologías, a veces como lazo social, otras como una posibilidad de precisar a diferentes actores a través de sus producciones, acciones y hasta consumos y comportamientos políticos.

Esa vastedad de visiones habilitan un escenario social donde es posible aproximarse a como se ven a sí misma los colectivos sociales, se trata de un entramado con pertenencias e

¹ Reconocimiento oficial y validez nacional otorgado por Resolución ME 1545/12.

identidades históricas, sociales y culturales donde se deben evitar las esquematizaciones emergentes de las interpretaciones propias de los llamados "sondeos de opinión" y otros atajos presumiblemente engarzados con diferentes intereses sociales.

Una clara conceptualización del espacio público, el privado y el estatal y el transcurrir histórico de esa tríada, constituye una primera plataforma desde la cual es posible hacer un seguimiento de la conformación y desarrollo de lo que hoy se registra en el campo del estudio de la OPINIÓN PÚBLICA. Puede advertirse que no se trata de un objeto de estudio acotado y preciso, sino que es necesario descubrir sus pliegues y repliegues, armar y desarmar desde diferentes aportes teóricos y aproximarse inclusive a lo no explicitado en los discursos que constituyen el corpus de los contenidos observables.

Variedad de expresiones que exceden a la palabra también se integran a una multiculturalidad que tensionan la constitución de las hegemonías que prevalecen en el caldo social.

OBJETIVOS GENERALES:

- Reconocer la conformación de los espacios públicos y privados e identificar las diferencias entre lo público, lo estatal y lo privado y su evolución en la historia de la humanidad.
- Conocer las distintas concepciones acerca de lo público que ha propuesto la filosofía política.
- Identificar el concepto de opinión pública y sus distintas acepciones y conocer los mecanismos de constitución de la opinión pública.

Any
B



15

Universidad Nacional de Moreno
Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

CONTENIDOS MÍNIMOS:

Diferencias entre espacio público, espacio estatal y privado. La filosofía política y la concepción de lo público. El surgimiento de la opinión pública. Opinión pública e Ilustración. Orígenes y desarrollo. Estadística y opinión pública. Muestreos de opinión. El modelo de Lippman. La opinión pública para Habermas y para Annah Arendt. Opinión pública y democracia. Opinión pública y diálogo. La posición de Pierre Bourdieu. La teoría de la espiral del silencio.

PROGRAMA

UNIDAD I: El concepto de Opinión Pública. Historia.

La opinión pública en el transcurso histórico. La formación del espacio público, el concepto de lo público y lo privado en occidente. La polisemia del concepto. El "público", conceptos afines. Formación de la opinión pública. La opinión pública como campo de debate democrático, su manipulación.

Bibliografía

- Capellán de Miguel, Gonzalo (2008) "Los 'momentos' de la opinión pública" en Gonzalo Capellán de Miguel (ed.), Opinión Pública, historia y presente, Madrid, Ed. Trotta, pp. 9-20.
- Price, Vincent (1994), La Opinión Pública. Esfera pública y comunicación, Paidós, Barcelona, caps. 2 a 4, pp. 13 a 95.
- Rabotnikof Nora: Lo público y sus problemas: Notas para una reconsideración. Instituto de Investigaciones Filosóficas UAM, México.

Cuy
Dj

UNIDAD II: Opinión Pública. Proyecciones.

La democracia puesta en cuestión, el control social como problemática. El modelo racionalista y la crítica al modelo psico-social. La construcción de la Opinión Pública: ¿emergente colectivo o producto planeado? Opinión pública y opinión publicada.

Bibliografía

- Badía, Lluís (1996), "La Opinión Pública como problema", en Voces y Cultura-Revista de comunicación N°10, Segundo Semestre, Barcelona.
- Habermas, Jürgen (1994), Historia y crítica de la opinión pública, GG., Barcelona, capítulo II: Puntos 24 y 25, pp. 261 a 274 y notas del capítulo VII, pp. 333 a 335.
- Lippman Walter (1964 [1922]), "El mundo exterior y nuestras imágenes mentales", La Opinión Publica, General Fabri, Buenos Aires, pp.13-31.
- Noëlle-Neumann, Elisabeth (1992), "La espiral del silencio. Una teoría de la opinión pública" en Ferry, Jean Marc, Wolton, Dominique (comp.), El nuevo espacio público, Gedisa Editorial, Barcelona, pp. 200-209.
- Noëlle-Neumann, Elisabeth (1995), La espiral del Silencio, Opinión Pública. Nuestra piel social, Paidós, Barcelona, caps. 4, 26, 27.

UNIDAD III: Metodologías de abordaje en Opinión Pública

Clasificación metodológica básica: estudios cualitativos y cuantitativos. La estimación en sondeo en las ciencias sociales. Qué es una encuesta? La investigación empírica.

Bibliografía

- Miguel, Roberto de (2005), "El grupo de discusión y sus aplicaciones en la investigación de la comunicación



15

Universidad Nacional de Moreno
Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

masiva", en M.R. Berganza Conde y J.A. Ruiz San Román, Investigar en Comunicación, McGraw-Hill, Madrid, pp. 265-275.

- Miguel, Roberto de (2005), "La observación sistemática y participante como herramienta de análisis de los fenómenos comunicativos", en M.R. Berganza Conde y J.A. Ruiz San Román, Investigar en Comunicación, McGraw-Hill Madrid, pp. 277-293.
- Mora y Araujo, Manuel (2005), "Las encuestas de opinión", en Mora y Araujo El poder de la conversación. Elementos para una teoría de la opinión pública; La Crujía, Buenos Aires, pp.479-512.
- Vinuesa, Lourdes (2005), "La encuesta. Observación extensiva de la realidad social", en M.R. Berganza Conde y J.A. Ruiz San Román, Investigar en Comunicación, McGraw-Hill Madrid, pp. 177-205. U

UNIDAD IV: El debate de la medición

El análisis político a partir de las encuestas. La credibilidad de la opinión pública como una entidad opinante. Reservas en el análisis del estado social a partir de las encuestas como herramienta predominante.

Bibliografía

- Bourdieu, Pierre (1996), "La opinión pública no existe", Voces y Cultura. Revista de comunicación N°10, Segundo Semestre, Barcelona.
- Almazán, Alejandro (2008), "No sabe / no contesta. Sondeos e institutos de opinión" en Gonzalo Capellán de Miguel (ed.), Opinión Pública, historia y presente, Trotta, Madrid, pp. 181-190.
- Mañas Ramírez, Beatriz (2008), "La medida de la Opinión

Cuy
M

Pública. Una mirada sociológica" en Gonzalo Capellán de Miguel (ed.), Opinión Pública, historia y presente, Trotta, Madrid, pp. 159-179.

- Monzón, Cándido y Dader, José Luis (1992), "Las encuestas y su tratamiento periodístico", en Muñoz Alonos, A., Monzón, C., Rospir, J.I., Dader, J.L., Opinión Pública y Comunicación Política, Madrid, Eudema Universidad, pp. 465-487.
- Vommaro, Gabriel (2008), "Los usos políticos y periodístico de las encuestas de opinión: entre la sociedad real y la representación del 'hombre común'"; en G. Vommaro Lo que quiere la gente. Los sondeos de opinión y el espacio de la comunicación política en Argentina (1983- 1999), Prometeo, Buenos Aires, pp. 119-162. U

UNIDAD V: El peso de los medios de comunicación y las noticias transmitidas sobre la opinión pública

Mecanismos típicos en la elaboración de la noticia y efectos de los medios. Agenda Setting, Framing y Gatekeeping. Factores intermediarios y susceptibilidad a la influencia de los medios de comunicación. Críticas al modelo.

Bibliografía

- Amadeo, Belén (2008a), "Framing: Modelo para armar", en María Teresa Baquerín de Riccitelli (ed.) Los medios ¿aliados o enemigos del público? Derivaciones de las teorías de la comunicación surgidas en los setenta. EDUCA, Buenos Aires, pp.183-237.
- Casermeiro de Peresón, Alicia (2008) "La teoría de la Agenda Setting" en María Teresa Baquerín de Riccitelli (ed.) Los medios ¿aliados o enemigos del público? Derivaciones de las teorías de la comunicación surgidas

Cuy
MJ



15

Universidad Nacional de Moreno
Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

en los setenta. EDUCA, Buenos Aires, pp.97-138.

- García Galera, María del Carmen, Vinuesa Tejero, Lourdes y Lucas Marín, Antonio (2009), "Estudios generales sobre los efectos de los medios de comunicación de masas", en Antonio Lucas Marín (ed.) La nueva comunicación, Trotta, Madrid, pp. 324-355.
- Requejo Alemán, José Luis (2002), "La iniciativa del reportero en la sala de redacción" en Revista de Comunicación, Facultad de Comunicación, Universidad de Piura, Piura, Vol 1, 1 pp. 33-50.

UNIDAD VI: Los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de la comunicación e información

Una nueva era o una continuidad respecto de la relación de los públicos objetivos y los medios. ¿Una nueva realidad virtual? La interacción entre los medios, las redes y la cultura de masas. La nueva trama de comunicación e información como como integradores sociales, y como sujetos de transformación social.

Bibliografía

- Castells, Manuel (2008), "Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad red. Los nuevos espacios de la comunicación". Telos, N° 75, abril-junio, <http://periodismoaplicadounsl.files.wordpress.com/2012/10/nuevos-espacios-para-lacomunicacion.pdf>
- Sartori, Giovanni (1997), Videopolítica. Medios, información y democracia de sondeo, Fondo de Cultura Económica, México, pp. 35-57. • Verón, Eliseo (2009). "El fin de la historia de un mueble", en Mario Carlón y Carlos Scolari, (eds.) El fin de los medios masivos. Su debate. Buenos Aires: La Crujía, pp. 229-248.

Cuy
14

BIBLIOGRAFÍA OPTATIVA

Sobre opinión pública, definición e historia

- Crespi, Irving (2000) El proceso de opinión pública. Cómo habla la gente. Madrid, Ariel Comunicación, caps. 5 y 6.
- Tocqueville, Alexis de (1996). La democracia en América. México: Fondo de Cultura Económica. Introducción, 1º volumen, 1ª parte, caps. 1, 2, 3 y 4.
- Monzón Arribas, Cándido (1990a); Opinión Pública, comunicación y política, Editorial Tecnos, Cáp. 1 y 2.
- Monzón Arribas, Cándido (1990b); La Opinión Pública. Teorías, concepto y método, Editorial Tecnos. Cáp. 4.

La medición

- Hentschel, Hartmut (2003), Encuestas y opinión pública. Aspectos metodológicos, Edivern, Buenos Aires, 2002, pp. 151-167.
- Rey Lennon, Federico, Piscitelli Murphy, Alejandro; Pequeño manual de encuestas de opinión pública, La Crujía, Buenos Aires.
- Traugott, Michael W. y Lavrakas, Paul (1997), Encuestas: Guía para electores. Editorial Siglo XXI, México, pp. 51-76, 149-186.

Los problemas de la medición

- Alonso, Belén; Cabrera, Daniel y Tesio, María Eugenia (2009), "Sondeos, votos y voces, aportes para un debate político y técnico"; en Braun, M. y Straw, C.; Opinión Pública: Una mirada desde América Latina; Buenos Aires: Emecé, pp. 173-189.
- Bourdieu, Pierre (1996); "El sondeo una 'ciencia' sin sabio" y "La delegación y el fetichismo" en Cosas dichas, Gedisa Editorial, Barcelona.

Cuy
M



15

Universidad Nacional de Moreno
Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

- Zimmerling, Ruth (1993), "El mito de la Opinión Pública", Revista Doxa, Edición Digital, N°4, Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.

Teorías de la comunicación

- Casermeiro de Pereson, Alicia (2005); Agenda setting en la ciudad de Buenos Aires, Educa.
- McCombs Maxwell y Evatt Dixie (1995), "Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting en comunicación y sociedad" Comunicación y Sociedad, Vol. VII, N°1, Pamplona, pp. 5-32.
- Podetti, Mariana (1992), "Sobre la ley y sus malentendidos", en Podetti, M., Ques. M.E., Sagol, C., Política, medios y discurso en la Argentina, Centro Editor de America Latina, Buenos Aires, págs. 29-38
- Vidal Nunes, Marcia (1995); "La simulación de la neutralidad periodística en las elecciones". Revista Voces y Cultura, N° 33.

Objetivos Específicos

- Reconocer la conformación de los espacios públicos y privados e identificar las diferencias entre lo público, lo estatal y lo privado y su evolución en la historia de la humanidad.
- Conocer las distintas concepciones acerca de lo público que ha propuesto la filosofía política.
- Identificar el concepto de opinión pública y sus distintas acepciones y conocer los mecanismos de constitución de la opinión pública.
- Profundizar las destrezas para producir un texto de difusión científica a partir de las diferentes disciplinas.

Cey
H

- Reconocer las técnicas y recursos propios de las disciplinas científicas y sus procesos explicativos y expositivos y aplicarlos en sus diversos formatos.
- Distinguir las posibilidades que ofrecen los recursos audiovisuales con relación a la comunicación científica. Y desarrollar la capacidad crítica y analítica frente a las diferentes piezas audiovisuales con contenido científico.

Contenidos Específicos

La alfabetización científica. La investigación científica en soporte escrito y digital. Las bases de datos científicos en Internet. Las bibliotecas científicas. El diseño y la producción de revistas científicas digitales. Ejercitación de producción de textos científicos para diferentes públicos. Diseño de campañas de difusión en los ámbitos de salud, educación y acción social. Producción audiovisual de piezas de comunicación científica diferenciando y reconociendo los soportes empleados. El debate público acerca del sentido político de la tecnología y su relación con el orden social.

METODOLOGÍA DE TRABAJO

El curso se desarrollará a través de exposiciones a cargo del docente, análisis de textos y presentaciones de temas específicos a cargo de los alumnos.

A lo largo del curso, se realizarán análisis de situaciones problemáticas, casos, discusión e intercambio de opiniones y experiencias, lecturas y reflexiones acerca a partir de problemáticas concretas. a partir de las cuales los alumnos prepararán informes y/o presentaciones, en formato individual o grupal, de acuerdo con la consigna planteada por los docentes de la asignatura





15

Universidad Nacional de Moreno
Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

EVALUACIÓN Y APROBACIÓN

Régimen de aprobación

Promoción directa:

- Aprobación de las instancias de evaluación con un promedio mínimo de 7 puntos en cada una de ellas.
- Asistencia mínima del 75%
- Aprobar todos los trabajos prácticos y trabajos de campo, solicitados por los docentes de la asignatura, pudiendo recuperarse hasta un 20% del total de los trabajos solicitados.

Regularización y examen final:

Aprobación de las instancias de evaluación con mínimo de 4 puntos en cada una.

- Asistencia mínima: 60%
- Aprobar todos los trabajos prácticos y trabajos de campo, solicitados por los docentes de la asignatura, pudiendo recuperarse aquellos que requieran una presentación escrita hasta un 20% del total de los trabajos solicitados.
- Se contempla la posibilidad de recuperación de uno de los exámenes parciales.