



UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA: LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN SOCIAL.-

ÁREA: COMUNICACIÓN.-

ASIGNATURA: TALLER DE OPINIÓN PÚBLICA, ENCUESTAS Y PUBLICIDAD POLÍTICA.

DOCENTE: PROF. TITULAR, LIC. MIRTA AMELIA LAUNAY.

AÑO: 1º cuatrimestre de 2000

PROGRAMA

OBJETIVO GENERAL:

Alcanzar un nivel de información, de análisis y de habilidades metodológicas propias al cabal desempeño de funciones profesionales en el sector de los servicios analítico-simbólicos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- a) Lograr una permanente actualización acerca de los acontecimientos políticos, en especial del ámbito nacional, a través de los medios de comunicación masivos.
- b) Analizar a la luz de la bibliografía propuesta la real incidencia de los "media" en el desenvolvimiento del quehacer político-institucional y en el proceso de la opinión pública. Observar, describir y analizar.
- c) Aplicar los recursos de investigación social en el diseño de encuestas, su aplicación y posterior evaluación.

MARCO TEÓRICO:

Se parte de la convicción de que los conocimientos básicos de la teoría social y política forman parte del "background" de los estudiantes de modo tal de poder iniciar los análisis a partir de situaciones coyunturales concretas (campañas políticas, indicadores de la opinión pública, las encuestas como factores de descripción de los diferentes escenarios pero también como herramientas de presión, de acción psicológica, de orientación de las opiniones, etc.) y cómo se verán reflejadas en los "mass media". El otro tópico de relevancia será la publicidad política vista desde diferentes ángulos: como producción simbólica, de sentidos racionales y emocionales, la pragmática de esa actividad, las posibles decodificaciones, los "tárgets" a quienes se orientan y su eficacia cuali-cuantitativa.

El desarrollo de la asignatura pondrá énfasis en los análisis de estas situaciones con el apoyo de las herramientas bibliográficas específicas y los aportes metodológicos necesarios.

UBICACIÓN DE LA ASIGNATURA.

El desarrollo de este taller se previó como materia electiva, del área Comunicación, del ciclo de la Licenciatura en Comunicación Social.

CONTENIDOS PROGRAMÁTICOS

UNIDAD 1: ACERCA DE LA OPINIÓN PÚBLICA

El concepto de opinión, sus orígenes. La libre expresión de las ideas: John Locke. La opinión pública: sus antecedentes en la Revolución Francesa. La publicidad (difusión) de los actos de gobierno. La opinión pública como proceso y como soporte de las democracias modernas. Las manifestaciones modernas de la opinión pública: encuestas de opinión; sondeos, etc. Las concepciones de Habermas, Sartori, Chomsky, Eco y Bourdieu.

UNIDAD 2: METODOLOGÍAS PARA LA RECOPIACIÓN DE DATOS.

La investigación social. Los métodos cuantitativos y los cualitativos. La observación de variables actitudinales. Universo, población; muestras. La entrevista, las encuestas; protocolos, cuestionarios, administración. La recopilación y sistematización de los datos y valores obtenidos. El "marketing": audiencias/clientes; electores / consumidores; mercado / escenario político-social; partidos y grupos políticos / productos. - Las campañas políticas y las técnicas publicitarias: estrategias y tácticas de campaña. Los "analistas simbólicos", los "encuestólogos" y los asesores y consultores políticos.

UNIDAD 3: ENCUESTAS Y SONDEOS DE OPINIÓN.

Los tipos de encuestas según sus usos y sus metodologías. Los abusos de la "encuestología". Los diagnósticos de sensaciones y de intenciones con usos pre-electorales. La prácticas de difusión de resultados de encuestas: prohibiciones, regulaciones, etc. Las modernas técnicas: "en boca de urna", "tracking", de "imagen positiva", etc.

La percepción de los fenómenos políticos, económicos; la "opinión publicada"; las estrategias de difusión, los usos de las encuestas y los problemas de credibilidad, confiabilidad metodológica., responsabilidad profesional y verificación de los resultados.

UNIDAD 4: APLICACIONES PRÁCTICAS DE TEORÍAS, METODOLOGÍAS Y TÉCNICAS.

Elaboración de diagnósticos, diseño de estrategias de difusión, análisis de discursos, proyección de escenarios pre-electorales, diseño y administración de encuestas. Presentación escrita y exposición oral de informes finales. Constatación del desarrollo de los hechos políticos y las previsiones diagnósticas anticipadas.

METODOLOGÍA DE TRABAJO:

El desarrollo de los temas propuestos se realizará en pasos sucesivos: de exposición general del tema y la bibliografía; pasando por análisis y síntesis de las lecturas y los materiales periodísticos pertinentes hasta concretar trabajos grupales de aplicación / simulación. La bibliografía complementaria se distribuirá por

grupos , a cargo de su exposición y síntesis escrita para circulación interna. Se propenderá a concretar un Trabajo Final por grupo, informe final y cierre de los diagnósticos previos.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y PROMOCIÓN:

Se administrará un examen parcial sobre la bibliografía tratada a la fecha del mismo y una segunda evaluación que consistirá en la presentación oral y escrita de un texto asignado previamente. En ambos casos se prevé una oportunidad de recuperación por ausencia o reprobación. Los alumnos que hayan obtenido una calificación de 7 puntos o más en cada evaluación y presentado y aprobado los trabajos prácticos , obtendrán la promoción sin examen final . Los aprobados con calificación inferior deberán rendir examen final. No se admite la condición de alumno libre en razón de la metodología de taller y el caracter electivo de la asignatura.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- ECO, Umberto:** CINCO ESCRITOS MORALES; Ed. Lumen; España, 1998.
- BOURDIEU, Pierre:** SOBRE LA TELEVISIÓN; Ed. Anagrama, Barcelona, 1997
- HABERMAS, Jürgen:** HISTORIA Y CRÍTICA DE LA OPINIÓN PÚBLICA.
Ed. Gustavo Gili; Barcelona, 1988.
- SARTORI, Giovanni:** ELEMENTOS DE TEORÍA POLÍTICA; Fde CE; Méx./91
- COHEN, Daniel:** RIQUEZA DEL MUNDO, POBREZA DE LAS NACIONES;
F.C.E.; Bs.As.; 1998.
- de CERTEAU, Michel :** LA TOMA DE LA PALABRA; Ed. Univ. Iberoam./
ITESO; México, DF, 1995.
- RAMONET, Ignacio:** LA TIRANÍA DE LA COMUNICACIÓN; Temas de
Debate; Madrid; 1998.
- BAYARDO, LACARRIEU Y OTROS:** GLOBALIZACIÓN E IDENTIDAD
CULTURAL; Ed. CICCUS; Bs. As.; 1998.
- MURCIANO, Marcial:** ESTRUCTURA Y DINÁMICA DE LA
COMUNICACIÓN INTERNACIONAL; Ed. Bosch Com.; Barcelona, 1992.
- GIDDENS, Anthony:** POLITICA, SOCIOLOGIA Y TEORIA SOCIAL. Ed.
Paidós, España, 1997.

BIBLIOGRAFÍA ESPECÍFICA:

- DÉBRAY, Regis:** EL ESTADO SEDUCTOR; Ed. Gallimard, 1993.
- MURARO, Heriberto:** PODER Y COMUNICACIÓN; Ed. Letra Buena;
Bs.As.; 1991.
- TUESTA SOLDEVILLA, Fernando:** NO SABE / NO OPINA; (Encuestas
políticas y medios.); Ed. Univ. de Lima; 1997.
- VASILACHIS DE GIALDINO, Irene:** DISCURSO POLÍTICO Y PRENSA
ESCRITA; Gedisa Ed.; Bs. As. ;1997.
- ALVAREZ, Tomás y CABALLERO, Mercedes:** VENDEDORES DE
IMAGEN; Ed. Paidós; Barcelona; 1997.
- VOCES Y CULTURAS**; Revista de Comunicación; Barcelona; N°s: 10 y13 ;
(1996/98)
- TAMAYO Y TAMAYO, Mario:** EL PROCESO DE LA INVESTIGACIÓN



- CIENTÍFICA; Ed. Limusa, México;1986.
- ALVAREZ, Luciano:** MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y TRAMPAS A LA DEMOCRACIA; Humanitas/CLAEH, Bs.As., 1990
- MARTINEZ RAMOS, Emilio:** EL USO DE LOS MCM. EN MARKETING Y PUBLICIDAD; Ed. AKAL; Comunicación; Madrid .1992 .-
- REICH, Robert:** El Trabajo de las Naciones, hacia el capitalismo del siglo XXI; Ed. Vergara, Bs.As.; 1993.
- DURANDIN, Guy:** LA MENTIRA EN LA PROPAGANDA POLITICA Y LA PUBLICIDAD; Ed. Paidós Comunicación; Barcelona; 1986.
- MARTIN BARBERO, BRUNNER, ALFARO y otros:** ENTRE PÚBLICOS Y CIUDADANOS; ACS.Calandria; Lima, 1994.
- SCHMUCLER y MATA;** (Coordinadores): POLÍTICA Y COMUNICACIÓN; U.N.C.,Catálogos, 1994.
- HAIME, Hugo:** VOTANDO IMÁGENES; Ed. Tesis; Bs,As.; 1988
- INTERNET:** páginas Web de consultoras en Opinión Pública y del INDEC.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- ZÉMOR, Pierre:** LA COMMUNICATION PUBLIQUE; Ed. PUF, Paris, 1995
- DÉBORD, Guy:** LA SOCIEDAD DEL ESPECTÁCULO; Ed. Pre-Textos; Valencia; 1999
- LANDI, OSCAR:** (COMPILADOR); MEDIOS, TRANSFORMACIÓN CULTURAL Y POLÍTICA; Ed. Legasa; Bs.As.; 1987.
- ROSANVALLON, Pierre:** LA NUEVA CUESTION SOCIAL, repensar el Estado Providencia.; Ed. Manantial; Bs.As., 1995.
- SFEZ, Lucien :** Dictionnaire Critique de la Communication; PUF;Paris, 1994.

Prof. M.A.Launay, marzo del 2000