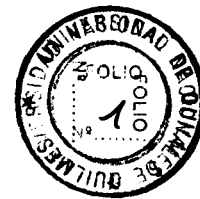


Departamento de Ciencias Sociales
Programa Regular – Curso Presencial



Carrera:	Licenciatura en Comunicación Social
Año:	2012
Curso:	Teorías de la opinión pública y de construcción de agenda
Profesora:	Natalia Aruguete
Carga horaria semanal:	4 horas áulicas y 1 hora extra áulica
Horas de consulta extra clase:	Lunes de 19 a 20 hs.
Créditos:	10 créditos
Núcleo al que pertenece:	Electivo
Tipo de Asignatura:	Teórico-práctica

Objetivos:

- Que los alumnos conozcan las perspectivas teóricas que, a lo largo del siglo XX, estudiaron la influencia de los medios sobre la opinión pública: el Establecimiento de la agenda, el Encuadre, el Cultivo, la Espiral del silencio.
- Que los alumnos recorran el estado del arte de los estudios empíricos desarrollados en el marco de estas corrientes de investigación.
- Que los alumnos problematicen el concepto de opinión pública, su relevancia y definición desde las perspectivas sociológica y empírica.
- Que los alumnos analicen el debate teórico planteado desde diversas corrientes alrededor del tipo de influencia que los medios generan sobre las actitudes políticas.
- Que los alumnos comprendan el vínculo entre medios de comunicación y fuentes de información y, por ende, cómo se juegan las relaciones de poder en dicha convivencia

Contenidos mínimos:

Definiciones de opinión pública (sujeto-objeto-ámbito). Las características de la opinión pública. Influencia de los medios y conducta política: información, gratificación y persuasión. La comunicación política y el cambio actitudinal: de la media-malaise al círculo virtuoso. La espiral del silencio. Agenda pública, agenda mediática y agenda política. Teorías de los efectos (el establecimiento de la agenda y construcción de perspectivas. Abordaje teórico, historia y estudios de casos). La construcción de la



agenda de los medios (la agenda-building). La noticia como construcción (los “valores-noticia”). El gatekeeper. Los medios y las fuentes de información (indexing). Análisis de las agendas mediáticas (la metodología del análisis de contenido). Técnicas de relevamiento de información (entrevistas, grupos focales, estudios de caso, métodos de observación). Medición de la opinión pública, las técnicas cuantitativas: sondeos de opinión, encuestas, entrevistas, cuestionarios. (Res. 142/10 CD)

Contenidos Temáticos o Unidades:

Unidad 1: Relación entre medios de comunicación de masas y audiencias

Influencia de los medios de comunicación en la formación de la opinión pública.
Establecimiento de la agenda (*agenda setting*).
Agenda de atributos. Preactivación (*priming*).

Unidad 2: Medios y conducta política

La teoría del Cultivo.
La comunicación política y el cambio actitudinal: del malestar mediático al círculo virtuoso.

Unidad 3: Atravesando el proceso comunicacional

La teoría del *framing* y sus antecedentes teóricos.
Etapas del *framing*: encuadres de los emisores, encuadres de las noticias y encuadres de las audiencias.
Discusión teórico-conceptual con la *agenda setting*.

Unidad 4: La construcción de la agenda de los medios

La noticia como construcción. Criterios profesionales de noticiabilidad. La tematización. Factores que influyen en la construcción de la agenda mediática. La *agenda building*. El *gatekeeping*. El *indexing*.

Unidad 5: Concepto de Opinión Pública

Definición del concepto de opinión pública. Sus principales características.
La espiral del silencio.

Unidad 6: Abordajes metodológicos para la investigación de la agenda de los medios

Definición de la metodología del análisis de contenido. Campos de aplicación.
Pasos del análisis de contenido: conceptualización, operacionalización, elaboración del libro de códigos.

Bibliografía Obligatoria:

Unidad 1: Relación entre Medios de Comunicación de Masas y audiencias

Lippmann, W. (1964). El mundo exterior y las imágenes en nuestra mente. En *La opinión pública*. Compañía General Fabril Editora: Buenos Aires. Capítulo 1. Disponible en: <http://unlz2010comunicacion.blogspot.com.ar/2010/02/el-mundo-exterior-y-nuestras-imagenes.html>
Dader, J. L. (1992). La evolución de las investigaciones sobre la influencia de los medios y su primera etapa: teorías del impacto directo. En Muñoz Alonso, A. *et al.*, *Opinión pública y Comunicación política*. Madrid: Eudeba Universidad. (Capítulo 2).



- McCombs, M. (2006). Cómo funciona el establecimiento de agenda. En *Estableciendo la agenda* (pp. 81-108). Paidós: Barcelona.
- McCombs, M. (2006). Por qué se da el establecimiento de agenda. En *Estableciendo la agenda* (pp. 109-134). Paidós: Barcelona.
- Casermeyro Pereson, A. (2004). El hallazgo de Chapel Hill. En *Los medios en las elecciones* (pp. 59-72). Educa: Buenos Aires.
- Casermeyro Pereson, A. (2004). Condiciones contingentes. En *Los medios en las elecciones* (pp. 101-122). Educa: Buenos Aires.
- McCombs, M. y Evatt, D. (1995). Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la *agenda setting*. *Comunicación y Sociedad*, 8(1), 7-32.
- D'Adamo, O., García Beaudoux, V. y Freidenberg, F. (2007). *Priming* (Hipótesis de la preactivación) o cómo las noticias adquieren saliencia a la hora de tomar decisiones. En *Medios de comunicación y opinión pública* (pp. 131-135). Madrid: McGraw-Hill.

Unidad 2: Medios y conducta política

- Gerbner, G. et al. (1996). Crecer con la televisión. En J. Bryant y D. Zillmann, *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Barcelona: Paidós (pp. 35-66).
- Gerbner, G. et al. (1990). Trazando la corriente dominante: Contribuciones de la televisión a las orientaciones políticas. *Revista de Psicología Social*, 5(1), 71-97.
- Morgan, M. (2008). La teoría del cultivo. En M. T. Baquerín (Ed.), *Los medios ¿aliados o enemigos del público?* (pp. 97-138). Buenos Aires: Educa.
- D'Adamo, O.; García Beaudoux, V. y Freidenberg, F. (2007). La Teoría de los Indicadores Culturales y la Teoría de la Espiral del Silencio. En *Medios de Comunicación y Opinión Pública* (pp. 99-119). Madrid: McGraw-Hill.
- Norris, P. (2001). ¿Un círculo virtuoso? El impacto de las comunicaciones políticas en las democracias posindustriales. *Revista española de Ciencias Políticas*, 4, 7-33.

Unidad 3: Atravesando el proceso comunicacional

- Amadeo, B. (2008). *Framing: Modelo para armar*. En M. T. Baquerín (Ed.), *Los medios ¿aliados o enemigos del público?* (pp. 183-237). Buenos Aires: Educa.
- Sádaba, T. (2001). Origen, aplicación y límites de la "teoría del encuadre" (*framing*) en comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 14(2), 143-175.
- Sádaba, T. (2008). El empleo de la teoría del *framing* en la teoría de la comunicación. En *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios* (pp. 84-106). Buenos Aires: La Crujía.
- Vicente Mariño, M. y López Rabadán, P. (2009). Resultados actuales de la investigación sobre *framing*: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España. *Zer*, 14(26), 13-34.

Unidad 4: La construcción de la agenda de los medios

- Cervantes Barba, C. (2001). La sociología de las noticias y el enfoque *Agenda setting*. *Convergencia*, 24, 49-65.
- Balbín, C. (2008). La producción de noticias. En M. T. Baquerín (Ed.), *Los medios ¿aliados o enemigos del público?* (pp. 240-281). Buenos Aires: Educa.
- Sádaba, T. (2008). *Framing* y construcción de contenido en las informaciones: la *agenda building*. En *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios* (pp. 80-84). Buenos Aires: La Crujía.
- Rodrigo Alsina, M. (2005). Determinación del acontecimiento por los media. En *La construcción de la noticia* (pp. 169-180). Barcelona: Paidós.
- Rodrigo Alsina, M. (2005). El trabajo periodístico. En *La construcción de la noticia* (pp. 199-220). Barcelona: Paidós.

Aruguete, N. (2010). Poder y Comunicación. Una vulneración al derecho a acceder a la agenda de los medios. *Diálogos de la comunicación*, 82, 1-8.



Unidad 5: Concepto de Opinión Pública

- Price, V. (1994). El concepto de público. En *La opinión pública* (pp. 39-64). Barcelona: Paidós.
- Price, V. (1994). Conceptualización del proceso de la opinión pública. En *La opinión pública* (pp. 97-122). Barcelona: Paidós.
- Noëlle-Neuman, E. (1995). La espiral del silencio. En J-M Ferry, D. Wolton *et al.*, *El nuevo espacio público* (pp. 200-209). Barcelona: Gedisa.

Unidad 6: Abordajes metodológicos para la investigación de la agenda de los medios

- Igartua, J. J. (2006). El análisis de contenido. En *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación* (pp. 175-229). Barcelona: Bosch.
- D'Adamo, O., García Beaudoux, V. y Freidenberg, F. (2007). Métodos para la investigación de los medios y la opinión pública. En *Medios de comunicación y opinión pública* (pp. 165-186). Madrid: McGraw-Hill.
- Aruguete, N. (2010). Los encuadres noticiosos en los medios argentinos. Un análisis de la privatización de ENTel. *América Latina Hoy*, 54, 113-137.
- García Beaudoux, V. y D'Adamo, O. (2007). Tratamiento del delito y la violencia en la prensa. Sus posibles efectos sobre la opinión pública. En L. Luchessi y M. G. Rodríguez (Coord.), *Fronteras Globales. Cultura, Política y Medios de Comunicación*. Buenos Aires: La Crujía (pp. 169-185).
- López-Escobar, E., McCombs, M. y Rey Lennon, F. (1996). La imagen de los candidatos: el segundo nivel de la agenda setting. *Comunicación y Sociedad*, 9 (1 y 2), 39-65.
- Igartua, J. J. y Muñiz, C. (2004). Encuadres noticiosos e inmigración. Un análisis de contenido de la prensa y televisión españolas. *Zer. Revista de estudios de comunicación*, 16, 87-104.
- Zunino, E. y Aruguete, N. (2010), "La cobertura mediática del conflicto campo - gobierno. Un estudio de caso". *Global Media Journal México*, 7(14), 1-23.

Bibliografía de consulta:

Unidad 1: Relación entre Medios de Comunicación de Masas y audiencias

- Jo, E. y Berkowitz, L. (1996). Análisis del efecto *priming* sobre la influencia de los medios: una puesta al día. En J. Bryant y D. Zillmann, *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Barcelona: Paidós (pp. 67-88).
- McCombs, M. (1996). Influencia de las noticias en nuestras imágenes del mundo. En J. Bryant y D. Zillmann, *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías* (pp. 13-34). Barcelona: Paidós.
- Rubin, A. (1996) Uso y efectos de los *media*: una perspectiva uso-gratificación. En J. Bryant y D. Zillmann, *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías* (pp. 555-582). Barcelona: Paidós.
- Dader, J. L. (1992). Teorías de transición. En Muñoz Alonso, A. *et al.*, *Opinión pública y Comunicación política*. Madrid: Eudeba Universidad. (Capítulo 8).
- Weaver, D. (1997) Canalización mediática (*agenda-setting*) y elecciones en Estados Unidos. *CIC*, 3, 229-241.
- Lang, K. y Lang G. (1993). Los *mass-media* y las elecciones. En De Moragas, M., *Sociología de la comunicación de masas*, (pp. 66-94) Barcelona: Gustavo Gili.



Unidad 2: Medios y conducta política

- Aruguete, N. (2012, junio). De los efectos a la aculturación. Los supuestos básicos de la teoría del cultivo. Ponencia presentada XIV Congreso REDCOM, 13 p.
- Rojas, H. (2006). Comunicación, participación y democracia. *Universitas Humanística*, 62, 109-142.
- Valbuena de la Fuente (s/n). El análisis del cultivo. Disponible en: <http://www.fgbueno.es/edi/val/fvtgi39.pdf>

Unidad 3: Atravesando el proceso comunicacional

- Aruguete, N. (2011). *Framing*. La perspectiva de las noticias. *La trama de la comunicación*, 15, 65-80.

Unidad 4: La construcción de la agenda de los medios

- Martini, S. (2000). Acontecimiento y noticia. En *Periodismo, noticia y noticiabilidad* (pp. 29-44). Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- Charrón, J. (1998). Los medios y las fuentes. Los límites del modelo de agenda setting. En Gauthier, G., Gosselin, A. y Mouchon, J., *Comunicación y Política* (pp. 72-94). Barcelona: Gedisa.
- Lozano, J. C. (2007). Newsmaking y gatekeeping: cómo se producen las noticias. En: Igartua, J. J. y Muñiz, C. (Coord.), *Medios de comunicación, inmigración y sociedad* (pp. 17-34). Salamanca: Universidad de Salamanca.

Unidad 5: Concepto de Opinión Pública

- García Beaudoux, V. y D'Adamo, O. (2008). Aproximaciones a la opinión pública. En *Opinión pública, medios de comunicación y democracia* (14-28). Lima: Cuadernos para el Diálogo.
- García Beaudoux, V. y D'Adamo, O. (2008). ¿Cómo definir el concepto de opinión pública? En *Opinión pública, medios de comunicación y democracia* (4-13). Lima: Cuadernos para el Diálogo.

Unidad 6: Abordajes metodológicos para la investigación de la agenda de los medios

- Bardin, L. (2002). *Análisis de contenido*. Madrid: Akal.

Modalidad de dictado:

Se llevarán a cabo clases teóricas y se realizarán trabajos prácticos y controles de lectura a lo largo de la cursada. Al finalizar la cursada, se realizará un ensayo o trabajo de campo donde se apliquen las herramientas aprendidas en clase.

Actividades extra-áulicas obligatorias:

Trabajos prácticos, *test* de lectura y cuestionarios de preguntas sobre los textos. El objetivo es llevar a cabo un control de lectura con el objeto de corroborar la comprensión de la bibliografía y ejercitar la redacción de tipo académica por parte de los alumnos.

Evaluación:


Al término de cada unidad, los alumnos realizarán exámenes parciales. Éstos variarán de modalidad en función de los contenidos dados en cada núcleo temático. Se realizarán trabajos de campo en grupos pequeños. Éstos tienen como objetivo que los

alumnos comprendan y ensayen el proceso de aplicación empírica de las teorías aprendidas a lo largo de la cursada.

Cada uno de los trabajos parciales realizados a lo largo de la cursada conformará la nota final del curso, aunque su mayor peso estará dado por la calificación obtenida del trabajo final realizado individualmente. Todos los trabajos tendrán una instancia de recuperatorio.

La evaluación se ajustará al Régimen de Estudio vigente aprobado por la Universidad Nacional de Quilmes según Resolución (CS): 04/08.



 Natalia Arzueke