

FACULTAD LATINOAMERICANA DE CIENCIAS SOCIALES
SEDE ECUADOR

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN
CON MENCIÓN EN OPINIÓN PÚBLICA

ASIGNATURA: Medios, Comunicación y Opinión Pública

HORARIOS: lunes y miércoles 17h00-20h00

Docentes: Mauro Cerbino - Isabel Ramos

1. OBJETIVOS

El objetivo principal de la materia es el de proponer un conjunto de debates teóricos en torno a la construcción conceptual del fenómeno/proceso comunicacional conocido como *opinión pública*. Dado que, en las diversas formas de enunciar este concepto se articulan –de maneras diversas y no siempre explicitadas- las acepciones atribuidas por el lenguaje cotidiano a *lo público*: ‘común’, ‘visible’, ‘accesible’, ‘estatal’, etcétera, partiremos del reconocimiento de las configuraciones históricas del *espacio público*, como emergente de la modernidad.

Seguidamente, problematizaremos los alcances y limitaciones del concepto habermasiano de *espacio público burgués*, a partir del trabajo de estudiosos vinculados a las disciplinas histórica, sociológica y comunicológica, a las ciencias políticas, estudios de género y teorías sobre movimientos sociales contemporáneos.

En segundo lugar, realizaremos un recorrido por las diversas tradiciones a partir de las cuales se ha teorizado e investigado la *opinión pública*. De este modo, procuraremos aportar a la construcción de un itinerario socio-histórico que nos permita analizar el papel que se ha asignado a los medios de comunicación en la configuración de prácticas culturales asociadas a la *opinión pública*.

Esta materia buscará constituirse en un ámbito de análisis colectivo de los fundamentos teóricos y repertorios temáticos de un *espacio problemático* cuya importancia y actualidad político-social resulta hoy imposible de desconocer.

2.- METODOLOGÍA

La metodología de trabajo será la de de **seminario – taller**, utilizando para ello los textos de lectura obligatoria, algunas exposiciones magistrales de los docentes y la discusión plenaria a partir de presentaciones, individuales o grupales, que realicen los estudiantes.

Para el tratamiento de cada eje temático se ha previsto la realización de **foros de debate**, en los cuales, además de los materiales teóricos, se procurará analizar colectivamente algunos procesos, productos o situaciones comunicacionales, tomando como punto de partida las categorías teóricas previamente discutidas. Se espera que los estudiantes aporten a la selección de materiales y de productos comunicacionales, en soportes diversos, para la realización de estos foros.

3.- CONTENIDOS

SESIÓN 1: MODERNIDAD, COMUNICACIÓN Y ESPACIO PÚBLICO

Habermas, Jürgen: *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, Editorial Gustavo Gilli, Barcelona, 1994, pp. 40-123

Flichy, Patrice: *Una historia de la comunicación moderna*, Editorial Gustavo Gilli, Barcelona, 1991, pp 11-44.

SESIÓN 2: MODERNIDAD, COMUNICACIÓN Y ESPACIO PÚBLICO EN AMÉRICA LATINA

François-Xavier Guerra y Annick Lampérière : “Introducción” en *Los espacios públicos en Iberoamérica. Ambigüedades y problemas, siglos XVIII – XIX*, Fondo de Cultura Económica, México, 1998, pp. 5-21.

Bedoya, María Elena, *Prensa y espacio público en Quito 1792-1840*, FONSAL Biblioteca del Bicentenario de la independencia, Quito 2010, pp. 32-5 , 83-106.

Alonso, Paula: “Introducción” en Alonso, Paula *Construcciones impresas. Panfletos, diarios y revistas en la formación de los estados nacionales en América Latina, 1820-1920*”, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2003, pp.12.

Lectura complementaria:

Aguilar Rivera, José Antonio: “Vicente Rocafuerte, los panfletos y la invención de la república hispanoamericana” en Alonso, Paula *Construcciones impresas. Panfletos, diarios y revistas en la formación de los estados nacionales en América Latina, 1820-1920*”, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires, 2003, pp. 13-37.

SESIÓN 3: OPINIÓN PÚBLICA Y RACIONALIDAD COMUNICATIVA

Habermas, Jürgen: *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, Editorial Gustavo Gilli, Barcelona, 1994, pp. 124-171; 209-274

SESIÓN 4: OPINIÓN PÚBLICA Y RACIONALIDAD COMUNICATIVA: POLÉMICAS Y DEBATES.

Habermas, Jürgen: “Prefacio a la nueva edición alemana” en *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, Editorial Gustavo Gilli, Barcelona, 1994, pp 1-36.

Fraser, Nancy: “Pensando de nuevo la opinión pública: una contribución a la crítica de las democracias existentes” en *Iustitia interrupta. Reflexiones críticas desde la posición postsocialista*, Siglo del Hombre editores, Universidad de los Andes, Bogotá, 1997, pp. 95-133.

SESIONES 5 Y 6: OPINIÓN PÚBLICA Y DEMOCRACIA DE MASAS

Lippmann, Walter: *La opinión pública*, Langre, Madrid, 2003.

Dewey, John: *La opinión pública y sus problemas*, Morata, Madrid, 2004.

Lectura complementaria:

Pareto, Vilfredo: “Principios generales de la organización social” en *Escritos sociológicos*, Alianza Editorial, Madrid, 1987, pp. 117-139.

Sesión 7: COMUNICACIÓN MASIVA Y OPINIÓN PÚBLICA: LAS DISCUSIONES FUNDACIONALES (I)

Lazarsfeld, Paul: "Public Opinion and the Classical Tradition" en *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 21, No. 1, 1957, Anniversary Issue Devoted to Twenty Years of Public Opinion Research, pp. 39-53.

Katz, Elihu: "The two-step-flow of communications: an Up-to-Date-Report on an Hypothesis" en Bourdieu, Pierre et al. *El oficio de sociólogo*, Siglo veintiuno editores, México, 2002, pp. 224-231.

Lectura complementaria:

Katz, Elihu: "The two-step-flow of communications: an Up-to-Date-Report on an Hypothesis" en *The Public Opinion Quarterly*, Vol. 21, No. 1, 1957, pp. 61-78

Sesión 8: COMUNICACIÓN MASIVA Y OPINIÓN PÚBLICA: LAS DISCUSIONES FUNDACIONALES (II)

McCombs, Walter: "La comunicación de masas en las campañas políticas: información, gratificación y persuasión" en de Moragas, Miquel (ed) *Sociología de la comunicación de masas III*, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1985, pp. 95-121.

McCombs, Walter: *Estableciendo agenda, El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento*, Paidós, Barcelona, 2006, pp. 227-253

SESIÓN 9: DE EL PÚBLICO RACIOCINANTE AL PÚBLICO-MERCANCÍA

Smythe, Dallas W, Comunicaciones: agujero negro del marxismo occidental" en Richeri Giuseppe (ed) : *La televisión, entre negocio y servicio público*, Gustavo Gili, Barcelona, 1983.

Smythe, Dallas: "Medios, consumismo y opinión pública" en: Gumucio-Dragón, Alfonso, comp.; *Antología de comunicación para el cambio social: lecturas históricas y contemporáneas*, La Paz, Consorcio de Comunicación para el Cambio Social, 2008. pp. 236-245.

Smythe, Dallas: "Réplica a Graham Murdock" en *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, 2, vol. 11, Madrid, 2006, pp. 23-30

SESIÓN 10: OPINIÓN PÚBLICA Y OPINIONES COLECTIVAS

Crespi, Irving: *El proceso de la opinión pública. Cómo habla la gente*, Ariel Comunicación, Barcelona, 2000, pp. 17-37; 85-120; 163-204; 225-231.

Bourdieu, Pierre: "El misterio del ministerio. De las voluntades particulares a la "voluntad general" en Bourdieu, Pierre, Patrick Champagne et al.: *El misterio del ministerio. Pierre Bourdieu y la política democrática*, Gedisa, Barcelona, 2005, pp. 71 – 79.

SESIÓN 11: OPINIÓN PÚBLICA Y CONTROL SOCIAL

Noelle-Neumann, Elisabeth: *La espiral del silencio: opinión pública nuestra piel social*, Paidós, Buenos Aires, 1995.

Noelle-Neumann, Elisabeth: "La espiral del silencio. Una teoría de la opinión pública" en: Ferry, Jean-Marc; Wolton, Dominique, *El nuevo espacio público*, Gedisa, Barcelona, 1995, pág. 200-209

SESIÓN 12: OPINIÓN PÚBLICA Y SISTEMA SOCIAL

Luhmann, Niklas, *La realidad de los medios de comunicación de masas*, Editorial Anthropos en coedición con la Universidad Iberoamericana (México DF), Barcelona, 2000. Capítulo 11: “La construcción de la realidad” y Capítulo 13: “La función de los medios de comunicación de masas”,

SESIÓN 13: EL CAMPO PERIODÍSTICO COMO ÁMBITO DE PRODUCCIÓN DE OPINIONES Y AGENDAS PÚBLICAS

Bourdieu, Pierre: “La influencia del periodismo” en *Sobre la televisión*, Anagrama, Barcelona, 1997, pp. 118.

Champagne, Patrick: “La doble dependencia. Algunas observaciones sobre las relaciones entre los campos político, económico y periodístico” en Gauthier, Gilles, André Gosselin y Jean Mouchon (comp) *Comunicación y política*, Gedisa, Barcelona, 1998, pp 237 – 254.

Charron, Jean: “Los medios y las fuentes. Los límites del modelo de *agenda setting*” en Gauthier, Gilles, André Gosselin y Jean Mouchon (comp) *Comunicación y política*, Gedisa, Barcelona, 1998, pp 72 – 94.

Lecturas complementarias:

Narvárez Montoya, Ancízar: “Cultura política y cultura mediática. Esfera pública, intereses y códigos” en Bolaño César, Guillermo Mastrini y Francisco Sierra (ed.) *Economía política, comunicación y conocimiento: una perspectiva crítica latinoamericana*, La Crujía, Buenos Aires, 2005, pp. 201 – 227.

Miralles, Ana María: *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*, Norma, Buenos Aires, 2001.

SESIONES 14 Y 15: ESTUDIOS DE Y SOBRE LA OPINIÓN PÚBLICA

Mora y Araujo, Manuel: “*El poder de la conversación*”: elementos para una teoría de la opinión pública, La Crujía, Buenos Aires, 2005, pp. 513 – 606.

Rey Lennon, Federico y Alejandro Piscitelli: *Pequeño manual de encuestas de opinión pública*, La Crujía, Buenos Aires, 2004.

Katz, Elihu: “La herencia de Gabriel Tarde. Un paradigma para la investigación sobre la opinión pública y la comunicación” en Dayan Daniel (comp.) *En busca del público*, Gedisa, Barcelona, 1997, pp. 317-327.

Bourdieu, Pierre: “la opinión pública no existe” en: *Sociología y cultura*, Grijalbo, México, 1980, pág. 239 – 276

Champagne, Patrick: “Hacer hablar a la gente. El uso social de las encuestas de opinión pública en democracia” en Bourdieu, Pierre en Bourdieu, Pierre, Patrick Champagne et al.: *El misterio del ministerio. Pierre Bourdieu y la política democrática*, Gedisa, Barcelona, 2005, pp. 111 – 133.

4.- EVALUACIÓN

La evaluación es una actividad que formará parte de proceso de dictado, discusión e incorporación de contenidos. Por ello, Un elemento importante de este proceso será la contribución de los estudiantes a la reflexión y al debate.

Se han previsto tres tipos de actividades evaluativas:

- 1) Lectura crítica y exposición, a partir de los textos aquí recomendados (25% de la nota final).
- 2) Intervención individual o grupal en los foros – debate (25% de la nota final).
- 3) Presentación de un ensayo en el que se aborde alguna de las temáticas desarrolladas en el presente programa de trabajo (50% de la nota final).