



Universidad Nacional de La Matanza

Florencio Varela 1903 - San Justo - Buenos Aires - Argentina

DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE RELACIONES PÚBLICAS

Programa de la Asignatura: Teorías de la Comunicación II

I Cuatrimestre de 2007

Cátedra:

Prof. Titular

Prof. Adjunto (a cargo) Adriana Amado Suárez

Jefe de Trabajos Prácticos Maximiliano Bongiovanni

Ayudantes

Carga Horaria: (4 horas semanales de cursado cuatrimestral)

1) Fundamentación

El presente programa tiene como finalidad analizar los procesos que intervienen en la conformación del espacio público y sus actores (emisores, medios y públicos receptores). Se busca desarrollar un método de análisis teórico-práctico para identificar los factores que intervienen en los procesos de formación de la opinión pública y su vinculación con los hechos de comunicación.

2) Objetivos Estructurales

- Introducir a l@s alumn@s en los marcos teóricos que apoyan el estudio de los fenómenos de opinión pública.

Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

Diseño de los Programas de Estudio

- Conocer el papel de los medios masivos de comunicación en el intercambio social y en la construcción de la imagen institucional.
- Desarrollar una mirada reflexiva sobre la relación de la opinión pública y la comunicación política.
- Desarrollar una actitud responsable sobre la gestión de la comunicación al establecer relaciones entre ésta y la opinión política y pública.
- Comprender el papel de las fuentes informativas en las rutinas periodísticas y la naturaleza del vínculo de aquellas y los periodistas.
- Aportar conceptos teóricos que ayuden al desarrollo de investigaciones de l@s alumn@s y les permitan ir consolidando un marco de referencia para sus prácticas.

3) Unidades Didácticas

□□ 3.a) Contenidos Temáticos por Unidad Didáctica

Unidad 1: El público y los públicos

Público, públicos y masas desde la concepción sociológica. Concepto de público y audiencias especializadas para las técnicas tradicionales de comunicación. El lugar del público en las investigaciones de comunicación: público, públicos y opinión pública. Identificación del mapa de públicos de la comunicación corporativa: tipologías y topologías. La segmentación de los públicos desde las técnicas de comunicación.

Unidad 2: El nuevo espacio público

Los medios como productores de lo público. Efectos de los *media* en las audiencias y su vinculación con la comunicación corporativa. Los usos y gratificaciones en la elección de los medios. Tematización y *agenda setting*. La

Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

Diseño de los Programas de Estudio

agenda de los medios y la agenda ciudadana: el periodismo cívico. El concepto de ciudadanía comunicativa. La función de la sociedad civil en los procesos de información pública.

Unidad 3: La opinión pública en la comunicación política

La opinión pública y la conformación del espacio público. Observación e investigación del proceso de formación de opinión pública. Las encuestas de opinión como método de investigación: su valor para el diseño de una estrategia comunicacional. Usos periodísticos de las encuestas y lecturas que hacen los medios: posibles efectos. Comunicación política y comunicación de gobierno. El marketing político y la publicidad oficial. La imagen pública de las instituciones y su influencia en la comunicación. La movilización de la sociedad.

Unidad 4: Comunicación, medios y opinión pública

La participación de las fuentes y las relaciones públicas en el establecimiento de la agenda informativa (*agenda setting*). La producción de noticias: la noticiabilidad del suceso y el interés de su difusión. Las relaciones informativas y su relación con la producción de las noticias. La relación con las fuentes. Medios masivos de comunicación: públicos de los hechos corporativos y canales de contacto con los públicos. Prensa y comunicación de las instituciones. El derecho del público y el periodista de acceso a la información. La comunicación corporativa y el periodismo: ¿periodistas o jefes de prensa?

3.b) Bibliografía Específica por Unidad Temática (Bibliografía de lectura obligatoria)

Unidad 1: El público y los públicos

Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

Diseño de los Programas de Estudio

- Abraham Tomás. "La construcción de una contraopinión". En Los trabajos prácticos, Sección Vulgaria, <http://www.bonk.com.ar/tp/vulgaria/867/la-construccion-de-una-contraopinion>; 7 abril 2006. Publicado en diario *Perfil*, El observador, edición 30 de abril de 2006, pp. 14-15.
- Bauman Zygmunt (2002) "La recuperación del espacio público", en *Página 12*, Suplemento Radar, edición Domingo, 10 de Febrero de 2002.
- Bruhn Jensen Klaus y Kart Rosengren, "Cinco tradiciones en busca del público", en Dayan Daniel (Comp) (1997). *En busca del público*. Barcelona, Gedisa, 1997, pp. 335-370.
- Monzón Cándido (1996). *Opinión pública, comunicación y política*. Madrid, Tecnos. Cap. 4, "La sociología de los medios de comunicación. La investigación empírica". Cap. 5, "Opinión pública y comunicación política".
- Price, Vincent. *La opinión pública*. Madrid: Paidós, 1994, Caps. 1 al 3.
- Young, K. y otros (1999). *La opinión pública y la propaganda*. Paidós, México, Cap. "Opinión pública".
- Wolton Dominique (2005). "El rol de los periodistas es esencialmente político", Diario *Clarín*, edición domingo 10 de julio de 2005.

Unidad 2:

- Bourdieu Pierre, "La miseria de los medios", en *Pensamiento y acción*, Buenos Aires, Del Zorzal, 2002.
- Camacho Azurduy Carlos (2003). "El derecho a la información como práctica de formación y desarrollo de la ciudadanía comunicativa" Instituto Internacional de la gobernabilidad, Institut Internacional de Governabilitat de Catalunya, Barcelona, Instituciones y Desarrollo N° 125, 19/08/2003, en http://www.iigov.org/documentos/?p=4_0125.
- Cantril Hadley, "La invasión desde Marte" (1942). En Moragás, M. (ed.). *Sociología de la comunicación de masas: Tomo II: Estructura y funciones*. Barcelona: Gili, 1985.
- Charron Jean (1995). "Los medios y las fuentes. Los límites al modelo del *agenda setting*". En Gauthier et al. (1998).
- Mccombs, Maxwell (1996): "Influencia de las noticias sobre nuestra imagen del mundo", pp.13-34, en Bryant, J y Zillmann, D. (comps.), *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*, Barcelona: Paidós.
- Maya A. L. (2000), "Voces ciudadanas: una opción de periodismo público y de ciudadanización democrática", en *Diálogos de la comunicación*, núm. 57, pp. 38-47. en www.felafacs.org/files/4.%20Maya.pdf -
- Miralles Castellanos Ana María (1998). "El periodismo cívico como comunicación política", en Revista *Nómadas* N° 9, de 1998, Universidad Central, Santafé de Bogotá, Colombia, en http://www.centralstate.edu/imdp/th_foundation/n_mada.html.

- Ramonet Ignacio (2006). "El quinto poder. La sociedad frente a los medios de comunicación de masas en la era de la globalización". *Sala de Prensa, Web para Profesionales de la Comunicación Iberoamericanos*, s.l.i., Año VIII, Volumen 3, Edición N° 91, mayo. <http://www.saladeprensa.org>.
- Rodrigo Alsina Miquel (2003), "Confianza en la información mediática", *Revista cidob d'afers internacionals Universitat Autònoma de Barcelona*, 61-62, mayo-junio.
- Weaver David (1997). "Canalización Mediática (*Agenda Setting*) y elecciones en los Estados Unidos". Universidad Complutense de Madrid, Departamento de Periodismo III, *Cuadernos de Información y Comunicación*, Volumen 3. <http://www.ucm.es/info/per3/cic/cic3ar12.htm>. Disponible en febrero 2006.

Unidad 3:

- Asociación por los derechos civiles (ADC) (2005). *Una censura sutil. Abuso de publicidad oficial y otras restricciones a la libertad de expresión en la Argentina*. Buenos Aires: Open Society Institute.
- Amado Suárez, A. (2006). "Elecciones Argentina 2005: Para repensar la comunicación política", *Revista Diálogo Político*, Año XXIII, N°02, junio, Fundación Konrad Adenauer, pp. 49-77.
- Blaustein, Eduardo. "El marketing electoral en Argentina", en *Le Monde diplomatique*, edición Cono Sur, Número 3, septiembre de 1999.
- Chomsky Noam (2000). *Actos de agresión*, Barcelona, Crítica, Cap. 1 "El control de los medios. Los espectaculares logros de la propaganda".
- Noelle-Neumann, Elizabeth. *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós, 1995, Caps. 1 al 15, 18, 19, 26 y 27
- Poder Ciudadano/Konrad Adenauer (2003). "Monitoreo de la cobertura informativa de la campaña presidencial argentina 2003". Buenos Aires, CD ROM
- Rouvier Ricardo (2004). "Imagen de las instituciones 2002-2004", agosto 2004, disponible en <http://www.ricardorouvier.com.ar/>, consultado agosto 2004.
- Verón Eliseo "Cuerpo y Metacuerpo en Democracia Audiovisual", *Après*, París, 293-294, abril-mayo 1987, p. 32-35.
- Verón Eliseo (1992). "Interfaces. Sobre la democracia audiovisual avanzada", en *El nuevo espacio público*, Gedisa, Barcelona, p. 124-139.
- Wolton Dominique (1998). "Las contradicciones de la comunicación política", en Gauthier (1998), pp. 110-130.
- Wolton Dominique (2005). "Medios y política: cuando no se guardan prudentes distancias". *Diario Clarín*, Edición del 2 de agosto de 2005.

Unidad 4:

- Berceruelo González Benito (2005). "Profesión... ¿periodista?", en Cuadernos de Periodistas, Asociación de la Prensa de Madrid, diciembre en www.apm.es (consultado en julio de 2006).
- FOPEA, Mesa "Relaciones informativas: El marco ético del vínculo entre periodistas y fuentes institucionales", Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales, 29 de agosto de 2006, en http://www.fopea.org/contenido/relator_as_de_eventos/el_marco_tico_entr_e_periodistas_y_agentes_de_prensa. [consultado en diciembre de 2006]
- Martini, Stella. *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires, Norma, 2000, Caps. 3 y 4.
- Pablos Coello José Manuel de y Concha Mateos Martín (2003). "Estrategias informativas para acceder a un periodismo de calidad en prensa y TV", en Sala de prensa, Año V, Vol. 2, noviembre, edición 61, en www.saladeprensa.org (consultado en noviembre de 2005).
- Ramírez Txema (1995). "La influencia de los gabinetes de prensa: Las rutinas periodísticas al servicio del poder". *Telos*, Madrid, 40, dic-feb., p.: 47-57.
- Vicent Manuel (2006) "El periodismo, clave del siglo XX" Premios Ortega Y Gasset de Periodismo Conferencia, Madrid, 4 de mayo de 2006 en http://www.prisa.es/prisamedia/prisa/media/200605/05/noticias/20060505p_rsprsn0t_3_Pes_PDF.pdf

4) Bibliografía General

- Accardo, Alain. "Periodistas y mecanismos de cooptación", en *Le Monde diplomatique*, edición Cono Sur, Número 16, octubre de 2000.
- Altamirano Carlos (Dir.) (2002). *Términos críticos de sociología de la cultura*. Buenos Aires: Paidós.
- Bauman Zygmunt (2001). *En busca de la política*. Buenos Aires, FCE.
- Bauman Zygmunt (2004). *La sociedad sitiada*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Dayan Daniel (Comp) (1997). *En busca del público*. Barcelona, Gedisa, 1997.
- Dayan Daniel (Comp.). *Hermès 11-12 À la recherche du public*. París: CNRS, 1993. Trad. cast. *En busca del público*. Barcelona: Gedisa, 1997, Parte II y III.
- Ferry Jean, Dominique Wolton et al. (1988). *El nuevo espacio público*, Barcelona: Gedisa.
- Gauthier, Gilles, Gosselin A. y Mouchon J. (Comps.) (1998). *Comunicación y Política*. Barcelona: Gedisa.
- Katz Elihu, "La herencia de Gabriel Tarde" en Dayan Daniel (Comp) (1997). *En busca del público*. Barcelona, Gedisa, 1997, pp. 317-327.

Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

Diseño de los Programas de Estudio

- Habermas Jürgen. *Historia y crítica de la opinión pública*, Barcelona, GG MassMedia.
- Lazarsfeld Paul (1979). “Los medios de difusión y las masas” en *Historia y elementos de la sociología del conocimiento*, Buenos Aires: EUDEBA, T. II.
- McCombs, M.; Dixie, E. (1995) “Los temas y los aspectos: explorando una nueva dimensión de la agenda setting”, en *Comunicación y Sociedad*, Vol. VIII, No 1, pp. 7-32
- McQuail, Denis (1994). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós, 2000 (3ª ed. rev. y amp.), Cap. 2 “Conceptos y modelos”, pp. 71-192.
- McQuail, Denis (1998). *La acción de los medios*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Miralles Ana María (2001). *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana*. Bogotá: Norma.
- Monzón, C.: *Opinión Pública, comunicación y política. La formación del espacio público*, Tecnos, Madrid, 1996, páginas 323 a 348
- Muñoz Alonso, A.: “Génesis y aparición del concepto de opinión pública”. En A. Muñoz Alonso, C. Monzón, J.I. Rospir, J.L. Dader, *Opinión Pública y Comunicación Política*, Madrid, Eudema Universidad, 1992, Páginas 23 a 83
- Muraro, Heriberto. *Políticos, periodistas y ciudadanos*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 1998.
- Ramonet, Ignacio. “Comunicación contra información”, en *Sala de Prensa*, Año III, Vol. 2, N° 30, abril 2001 (disponible en www.saladeprensa.org)
- Van Dijk, Teun (1996). *La noticia como discurso*. Barcelona: Paidós.
- Van Dijk, Teun. *Racismo y análisis crítico de los medios*. Barcelona: Paidós, 1997, Caps. 1, 2 8, 9 y 10.
- Verón Eliseo (1987). *Construir el acontecimiento*. Buenos Aires: Gedisa, 2ª edic. revisada.
- Verón Eliseo (1999). *Efectos de agenda*. Barcelona: Gedisa.
- Verón Eliseo (2001). *Espacios mentales*. Barcelona: Gedisa.
- Verón Eliseo (2004). *Fragmentos de un tejido*. Barcelona: Gedisa.
- Wolf, Mauro (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós, Parte I y II.
- Wolf, Mauro (1994). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona, Paidós, Parte I y III.
- Wright Charles. *Comunicación de masas: Una perspectiva sociológica*. México: Paidós, 1995.
- Young, K. *La opinión pública y la propaganda*. México: Paidós, 1993.

5) Cronograma de Actividades: 3 de abril al 20 de julio

FECHA	Clase	Actividad
-------	-------	-----------

Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

Diseño de los Programas de Estudio

12-Abr	1	Unidad 1
19-Abr	2	Unidad 1
26-Abr	3	Unidad 2
03-May	4	Unidad 2
10-May	5	Unidad 3
17-May	6	1er. Parcial (Unidades 1, 2 y 3)
24-May	7	Unidad 3
31-May		Unidad 4.
07-Jun	8	Preentrega del primer trabajo. Presentación de los equipos
14-Jun	9	Unidad 4
21-Jun	10	Unidad 4- Pre -entrega TP (escrito)
28-Jun	11	2do. Parcial –Exposición oral del trabajo
05-Jul	12	Revisión del cursado. Devolución de trabajos prácticos.
12-Jul	13	Recuperatorio
19-Jul	14	Cierre del curso

6) Modalidades del proceso de orientación del aprendizaje

Se trabajará con artículos originales de los autores más relevantes, a fin de familiarizar a los estudiantes con la lectura de textos clásicos. Se orientará la lectura mediante claves y discusiones grupales, estimulando siempre su aplicación a casos reales y de actualidad.

La evaluación se basará en la misma modalidad de articulación teoría-análisis situacional, de modo de verificar la integración de los conceptos a través de producciones originales de los alumnos.

7) Modalidad de cursado

Cada encuentro contempla un total de 4 horas, que se distribuirán entre una parte de exposición teórica y otra de carácter práctico, con trabajo activo por parte de los alumnos.

Los textos de lectura obligatoria se complementarán tanto en la parte teórica como en la práctica con material de actualidad (noticias publicadas, material audiovisual, campañas publicitarias y de comunicación política, etc.).

8) Evaluaciones

Consistirán en un primer examen parcial y en la entrega de un trabajo escrito, grupal de carácter analítico e integrador. La no presentación del trabajo en la fecha y horario pautados significará un ausente en el examen, dado su carácter de evaluación parcial. De acuerdo a la normativa vigente, se contempla la posibilidad de un examen recuperatorio, que será escrito, de tipo teórico, y considerará todas las unidades del programa.

Primera evaluación parcial: Examen teórico de aplicación sobre un caso práctico (noticia del día).

- Cada alumno debe traer un artículo periodístico de la semana previa al parcial, en condiciones de ser entregado junto con el examen escrito.
- Se les pedirá responder a una serie de preguntas, cuya respuesta deberá articular los conceptos teóricos con la temática del artículo periodístico.

Segunda evaluación parcial:

Se partirá de un suceso de alto impacto mediático en los seis meses previos a la cursada. Se relevará la cobertura que tuvo un suceso en tres medios gráficos como mínimo (si el equipo está integrado por más de tres participantes, se incluirá un medio por cada integrante). El tiempo mínimo de seguimiento es de dos semanas para el caso de eventos acotados a una fecha, o un mes, para el caso de episodios con extensión en el tiempo.

Sobre este material periodístico se podrá formular un análisis cualitativo o cuantitativo (o ambos) que ilustre algunos de los temas tratados en el curso, i.e., participación de las fuentes, herramientas de prensa utilizadas, aparición de los distintos actores involucrados en las noticias, ética informativa, entre otros. El análisis del caso deberá ser sustentado con algunos de los autores vistos en la cursada, que pueden complementarse con aportes y lecturas propias del maestrando.

Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

Diseño de los Programas de Estudio

El trabajo tendrá una extensión máxima de 15 páginas, incluyendo gráficos y bibliografía (interlineado 1,5, cuerpo de letra 11/12). Deberá presentarse en hoja A4 o carta, formato word, abrochado (sin carpeta, ni carátula). Es imprescindible que cuente con las correspondientes citas bibliográficas.

Criterios de evaluación de los trabajos escritos:

Estos trabajos serán evaluados en función de los siguientes parámetros:

- Profundidad de la **investigación** encarada: calidad del material, actualización, amplitud del campo investigado.
- Aplicación de los **conceptos teóricos** de la materia: citas de los textos teóricos y aplicación de esos conceptos al caso analizado, síntesis conceptual.
- **Evaluación profesional** del material: análisis de la situación, diagnóstico, soluciones propuestas.
- **Presentación** del trabajo: redacción clara, ortografía correcta, citas bibliográficas realizadas en forma correcta y completa, organización del material (títulos, subtítulos), adecuación a la extensión pedida. El trabajo deberá contar con una carátula con los datos del trabajo y de los integrantes del equipo, un índice de contenido y al final, una lista de la bibliografía y fuentes consultadas.

<p>IMPORTANTE: La síntesis conceptual es parte de la evaluación por lo que debe respetarse el límite establecido. En base a ese criterio no se evaluará lo que se consigne más allá del espacio admitido.</p>
--

9) Régimen de Promoción

Los estudiantes que cursen en forma regular la materia de Teorías de la comunicación I tendrán el régimen de evaluación de promoción. Deberán aprobar un mínimo de dos evaluaciones parciales con una calificación no inferior a 7 (siete) en cada una de ellas. La asistencia a las clases teóricas y prácticas debe ser de un mínimo del 75%.

Si en las evaluaciones parciales no se obtuviera un mínimo de 7 (siete) puntos, el estudiante tendrá derecho a presentarse a un recuperatorio. Los estudiantes que no alcancen la promoción, accederán a un examen final oral, que consistirá en la defensa de alguno de los trabajos de investigación realizados en el

Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

Diseño de los Programas de Estudio

cuatrimestre, desde los conceptos teóricos enumerados como bibliografía obligatoria.

Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales

Diseño de los Programas de Estudio