

**UNIVERSIDAD DE BUENOS AIRES**

**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES**

**MAESTRÍA EN PERIODISMO**

**SEMINARIO OPINIÓN PÚBLICA**

**PROFESORA: DRA. MÓNICA PETRACCI**

**Cursada**

**Carga horaria:** 48 horas (teóricas: 32 horas; prácticas: 16 horas)

**Asistencia**: 75%

**Modalidad de trabajo**. Se trata de un seminario teórico-práctico. Cada encuentrocomprenderá: la exposición de la docente; la participación de los.as maestrandos a través de la exposición individual y/o grupal de textos seleccionados de la bibliografía en base a preguntas anticipadas; y un debate abierto destinado a concluir o bien a abrir interrogantes sobre los objetivos de cada módulo.

**Evaluación final**. La evaluación final del Seminario consiste en la exposición oralindividual de un tema (a elección de un listado de temas sugeridos) que incluya al menos cinco textos (a elección) de la bibliografía y un trabajo escrito. Los detalles de esta evaluación se desarrollan más adelante.

**Fundamentación**

El lugar de la opinión pública es central en las democracias. El estudio de temas tales como la historia de la opinión pública y los desarrollos institucionales a los que su crecimiento dio lugar, las teorías desde las cuales interpretarla, la rigurosidad de los diseños de investigación para conocer los estados de la opinión pública, los climas de opinión en épocas preelectorales y los relacionados con el proceso de las políticas públicas –que ponen en juego los efectos predictivo y legitimador respectivamente de los sondeos de opinión– es un área de conocimiento activa en el campo de las cieencias sociales.

La literatura es recurrente en señalar que, en tanto concepto, la opinión pública es un concepto polisémico y un objeto de estudio “enigmático", que se ubica en el cruce de una complejidad de fenómenos, desde la formación del espacio público hasta la dinámica de los procesos políticos.

La formación y la dinámica de la opinión pública ha mantenido una íntima conexión con los procesos de toma de decisiones, debate e influencia de los medios de comunicación y si bien es cierto que esa conexión perdura, a ella se añade la influencia de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC) en tanto rasgo típico de los procesos sociales contemporáneos. En ese sentido, la opinión pública es un concepto comunicacional inseparable, a su vez, de los procesos comunicativos por los cuales se constituyen los públicos y dentro de los cuales se forman las opiniones sobre cuestiones públicas. En la observación de

1

esos procesos, el investigador.a de opinión pública se enfrentará tanto con escenarios públicos macrosociales como con la necesidad de hacer referencia a fenómenos individuales, a saber: la atención prestada a los asuntos públicos; la determinación de los temas personal o socialmente relevantes para cada persona; la adquisición de información, la formación de opiniones y la traducción de estas opiniones en comportamientos.

La inclusión del tema en un Seminario de la Maestría en Periodismo de la Facultad de Ciencias Sociales se justifica por varios motivos: teórica y conceptualmente (por la conexión de la opinión pública con el espacio público y la comunicación); empíricamente (porque los resultados de los sondeos, si bien no son el único indicador de la opinión pública, se han convertido en un género de los medios de comunicación) y operativamente (porque el conocimiento del relevamiento y la sistematización de datos son un aporte para consolidar la formación periodística en lo que refiere a la gestión de un medio de comunicación y la generación de proyectos innovadores).

El Seminario cuyos objetivos y contenidos se desarrollan en los siguientes sendos apartados apunta a la formación de los.as maestrandos en los niveles conceptual y práctico a través del manejo de conceptos y técnicas en el campo de la opinión pública, entendido como un campo inter y transdisciplinario que permite comprender y gestionar la complejidad de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías en las sociedades contemporáneas a través de una formación de posgrado que enfatice rigurosamente la dimensión profesional.

**Objetivos**

El objetivo principal del Seminario es presentar la producción teórica y empírica en el campo de la opinión pública y destacar los debates epistemológicos, teóricos y metodológicos contemporáneos. Esos aspectos dan lugar a la reflexión y la discusión del pasaje recorrido por esta noción desde su origen hasta su emplazamiento actual en el cruce de la sociología, la política, la comunicación y, especialmente la comunicación política.

Los objetivos específicos son los siguientes:

. Actualizar el debate de la opinión pública en cuanto a autores y temas;

.. Actualizar y sistematizar los estudios de investigación empírica sobre opinión pública;

* Ejercitar las lecturas sobre opinión pública en distintos tipos de publicaciones de investigación y periodísticas;

…. Ejercitar el relevamiento y la sistematización de datos para la gestión de un medio de comunicación.

**Contenido de las clases**

**Módulo 1: Opinión pública, medios de comunicación y sondeos de opinión:**

**términos de una discusión vigente**

**Clase 1**

2

**Objetivo.** Acceder al concepto de opinión pública en su origen (ligado a los iniciosde la democracia moderna y la expresión de las ideas en el espacio público) y su actualidad (ligada a los sondeos) a través del siguiente recorrido temático introductorio al Seminario:

El lugar común en la bibliografía sobre la dificultad para definir el concepto de opinión pública como puerta de entrada a los enfoques de autores que pensaron sobre la opinión pública;

¿Estabilidad o volatilidad de la opinión pública?;

Las tensiones que sondeos y encuestas provocan al concepto de opinión pública; Opinión pública, espacio público y redes sociales.

**Contenido.** Versará sobre la presentación del contenido general del Seminario, ladinámica de las clases y la evaluación final y sobre el contenido del Módulo 1 explicitado previamente. No es obligatoria la lectura de textos para la clase 1.

**Bibliografía**

D Adamo, O., García Beaudoux, V. y Freidenberg, F. 2000. *Medios de* *comunicación, efectos políticos y opinión pública. Una imagen ¿vale más que mil palabras?* Buenos Aires: Editorial de Belgrano. Páginas 69-98.

Price, V. [1988]/ 1994. *La opinión pública*. Buenos Aires: Paidós Comunicación.

Bourdieu, P. 1972. “La opinión pública no existe”, *Voces y Culturas*, nº 10: 137-146.

Conferencia dictada en Noroit, Arras, enero de 1972.

Adrogué, G. 1996. “El debate sobre las propiedades de la opinión pública en Estados Unidos”, revista *Sociedad* N° 10, noviembre de 1996, 143-159.

Sibilia, P. 2009. *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Calvo, E. 2015. *Anatomía política de Twitter en Argentina*. - 1a ed. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Capital Intelectual.

**Módulo 2: Las teorías sobre opinión pública Clases 2, 3, 4**

**Objetivo.** Conocer los enfoques sobre la opinión pública a partir de una selección deautores clásicos y recientes, e indagar las posiciones de esos autores sobre la relación opinión pública, comunicación y lugar del periodista, sondeos y encuestas a través de los siguientes temas:

Dos modos de comprender la relación entre opinión pública y teoría social (J.

Habermas, E. Noelle-Neumann).

La reflexión de V. Price sobre el carácter comunicacional de la opinión pública.

La producción de una selección de autores locales: Catterbeg, Muraro, Mora y Araujo, Cheresky, Vommaro.

**Contenido.** Presentación de cada autor.a y bibliografía para cada autor.a. **Bibliografía**

Petracci, M. [2003]/2019. “Pensar la opinión pública”. *Zigurat, revista de la Carrera* *de Ciencias de la Comunicación*, Facultad de Ciencias Sociales, UBA, BuenosAires, número 4, noviembre 2003: 8-18. Actualización 2019 (en preparación)

Miralles, A.M. 2001. *Periodismo, opinión pública y agenda ciudadana.* Buenos Aires:

Editorial Norma.

Monzón, C. 1996. *Opinión pública, comunicación y política. La formación del espacio* *público*. Madrid: Tecnos.

3

Habermas, J. 1981. *Historia y crítica de la opinión pública.* Barcelona: Gustavo Gilli.

Capítulo VII: Sobre el concepto de opinión pública.

Habermas, J. 1998. *Facticidad y validez.* Madrid: Trotta.

Boladeras Cucurella, M. 2001. “La opinión pública en Habermas”, *Análisi* 26: 51-70, Barcelona*.*

Noelle-Neumann, E. [1984]/1993. *La espiral del silencio*. Opinión pública: nuestra

piel social. Buenos Aires: Paidós Comunicación. (Páginas 17-95; 255-296)

Noelle-Neumann, E. 1989. “La opinión pública, entre la apatía y la movilización: la espiral del silencio”. En: D´Almeida, N. 2012. *La opinión pública*. Buenos Aires: La Crujía.

Glynn, C.J. y Mc Leod, J. 1984. “Public opinion do jour: An examination of the spiral of silence”, *Public Opinion Quarterly*, 48, 731-740.

Price, V. [1988]/ 1994. *La opinión pública*. Buenos Aires: Paidós Comunicación.

Sartori, G. 1998. *Homo Videns*. *La sociedad teledirigida*. Madrid: Editorial Taurus.

Catterberg, E. 1989. *Los argentinos frente a la política. Cultura política y opinión* *pública en la transición argentina a la democracia*. Buenos Aires: Planeta.(Páginas 11-74).

Muraro, H. 1997. *Políticos, periodistas y ciudadanos.* Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica. (Páginas 63-126).

Mora y Araujo, M. 2005. *El Poder de la Conversación.* Dos tomos. Buenos Aires: La Crujía.

Cheresky, I. 2008. *Poder presidencial, opinión pública y exclusión social*. Buenos Aires: CLACSO Coediciones. Cuadernos Argentinos Manantial. (Páginas 103-147)

Vázquez Valencia, D. 2012. *Democracia y mercado: viejas disputas, nuevas*

*soluciones : el caso argentino*. Flacso México.

Vommaro, G. 2008. *“Lo que quiere la gente”. Los sondeos de opinión y el espacio de* *la comunicación política en Argentina (1983-1999)*. Buenos Aires: Prometeo-Universidad Nacional de General Sarmiento. (Páginas 15-118).

**Módulo 3: Enfoques sobre opinión pública aplicados a la producción en el**

**campo de la opinión pública**

**Clases 5, 6 y 7(prácticas)**

**Objetivo:** discutir la producción sobre opinión pública académica y en medios decomunicación a partir de una selección de artículos.

**Contenido:** se trabajará cada artículo a partir de una Guía de Discusión deEnfoques preparada especialmente.

**Bibliografía:**

Abundis Luna, F., Penagos Vásquez, D., Vera Mendoza, J. 2016. "El voto antisistémico de las elecciones 2015 en México: un nuevo reto metodológico". *Revista Latinoamericana de Opinión Pública*. Número 6 Año 2016. WAPOR BuenosAires.

Alonso González, M. 2016. "Opinión pública y web 2.0. Las redes digitalizan el barómetro político en España". *Revista Mexicana de Opinión Pública*, julio - diciembre de 2016, ISSN 1870-7300, pp. 95 – 113

4

Basabé Serrano, S. 2017. "Las distintas caras del presidencialismo: debate conceptual y evidencia empírica en dieciocho países de América Latina". *Reis.* *Rev.Esp.Investig.Sociol*. ISSN-L: 0210-5233. Nº 157, Enero - Marzo 2017, pp. 3-22.

Berganza, R., Lavín, E., Piñeiro-Laval, V. 2017. “La percepción de los periodistas españoles acerca de sus roles profesionales”. *COMUNICAR*, 51 (2017-2); e-ISSN: 1988-3293; Preprint. DOI: 10.3916/C51-2017-08

Cantor, G. 2013. “¿Quién está en contra de la inmigración en la Argentina contemporánea? Intereses y valores en las actitudes de la población hacia la inmigración". *Revista Latinoamericana de Opinión Pública*. Número 3 Año 2013. WAPOR Buenos Aires.

Del Rosal, R. y Heredia Cerro,A. 2018. “Actitudes de los españoles ante la eutanasia y el suicidio médicamente asistido”. *Rev.Esp.Investig.Sociol.* ISSN-L: 0210-5233. Nº 161, Enero - Marzo 2018, pp. 103-120.

del Tronco Paganelli, J., Flores Ivich, G., y Madrigal Ramírez, A. 2015. "La utilidad de las encuestas en la predicción del voto. La segunda vuelta de Argentina 2015". *Revista Mexicana de Opinión Pública*, julio - diciembre de 2016, ISSN 1870-7300,pp. 73 – 92.

**Módulo 4: La investigación empírica y los hallazgos en el campo de la opinión pública**

**Clases 8, 9 y 10**

**Objetivo.** Presentar diseños de estudios de opinión pública cuantitativos (encuestas)

y cualitativos a través de los siguientes temas:

Paradigmas. Metodología, técnicas y aspectos operativos de la investigación. Etapas de la investigación. Estudios cuantitativos y cualitativos. Diseño y aplicación de cuestionarios, entrevistas y grupos focales. Muestras. Errores de muestreo y confiabilidad de la muestra. Cuestiones éticas. Fichas técnicas. Análisis cuantitativo y cualitativo. Limitaciones del análisis estadístico. Publicación de resultados: informes, artículos académicos, artículos periodísticos de la prensa escrita, publicaciones en medios audiovisuales e Internet.

**Contenido.** Clase a cargo de la docente. Discusión sobre los principios, el alcance,las limitaciones, y los usos actuales de la investigación por encuestas.

**Bibliografía**

Adrogué, G. 1998. “Estudiar la opinión pública. Teoría y datos sobre la opinión pública argentina”. Desarrollo Económico, Revista de Ciencias Sociales. Buenos Aires, vol. 38, n. 149, abril-junio. Páginas 387-407.

Babbie, E. 1996. Manual para la práctica de la investigación. Bilbao: Editorial Descleé de Brouwer.

Borsotti, C. 2006. Temas de metodología de la investigación en ciencias sociales empíricas. Buenos Aires: Miño y Dávila Editores.

Braun, M. 2010. “Encuestas de opinión pública en América latina: desafíos y controversias”. *Revista Latinoamericana de Opinión Pública*, número 1, 13-38.

Corbetta, P. [2007]/2010. *Metodología y técnicas de la investigación social. Edición* *revisada.* Madrid: McGraw-Hill, Interamericana de España, S.A.U.

Chitarroni, H., Colotta, M. y Maestro, C. 2008. *La investigación en ciencias sociales,* *lógicas, métodos y técnicas para abordar la realidad social.* Buenos Aires:Universidad del Salvador. (10. La selección de la evidencia empírica. Universos y muestras. Páginas 225 a 248). Véase prácticos.

5

De Souza Telles, H. 2009. “Estrategias de campaña política: eslóganes y retóricas

en elecciones para intendente”. En: En: Braun, M. y Straw, C. (Compiladoras)

2009. *Opinión pública. Una mirada desde América latina*. Buenos Aires: Emecé.

Kornblit, A. (compiladora). 2004. *Metodologías cualitativas en ciencias sociales.*

*Modelos y procedimientos de análisis*. Buenos Aires: Editorial Biblos.

Petracci, M. [2010]/2014. “La opinión pública de la opinión pública”, Buenos Aires: Documento de trabajo. En: Petracci, M. 2014. Opinión pública. Material de cátedra: docencia e investigación. Hallazgos de investigaciones en artículos, informes y presentaciones académicas 1994-2014. Disco compacto CD. Total de páginas: 266.

Petracci, M. y Szulik, D. [2002]/2014. “Medios de comunicación y opinión pública: cuestiones de agenda”. Petracci, M. 2014. Opinión pública. Material de cátedra: docencia e investigación. Hallazgos de investigaciones en artículos, informes y presentaciones académicas 1994-2014. Disco compacto CD. Total de páginas: 266.

Petracci, M. 2004. “La agenda de la opinión pública a través de la discusión grupal. Una técnica de investigación cualitativa: el grupo focal”. En Kornblit, A. (compiladora). 2004. *Metodologías cualitativas en ciencias sociales. Modelos y* *procedimientos de análisis*. Buenos Aires: Editorial Biblos. (Páginas 77 a 89).

Rey Lennon, F. y Piscitelli Murphy, Alejandro P. 2003. *Pequeño manual de* *encuestas de opinión pública*. Buenos Aires: La Crujía. (Páginas 75 a 105).

Sautu, R. 2007. Práctica de la investigación cuantitativa y cualitativa. Articulación entre la teoría, los métodos y las técnicas. Buenos Aires: Lumiere. ¿Cómo se hace una investigación en ciencias sociales? Páginas 24 a 46.

Taylor, S. y Bodgan, R. Introducción a los métodos cualitativos de investigación.

Buenos Aires: Paidós. (Introducción. Ir hacia la gente. Páginas 15 a 27).

Vasilachis de Gialdino, I. (Coord). 2006. *Estrategias de investigación cualitativa.*

Barcelona: GEDISA.

Wainerman, C. y Ruth Sautú. 1997. *La trastienda de la investigación*. Buenos Aires:

Editorial de Belgrano.

Wright Mills, Ch. 1953. *La imaginación sociológica*. Méjico: Fondo de Cultura

Económica. (Apéndice: La artesanía intelectual. Páginas 206-236).

Zeizel, H. 1962. *Dígalo con números.* México: Fondo de Cultura Económica.

**Módulo 5: Enfoques sobre investigciones en opinión pública aplicados a la producción en el campo de la opinión pública Clases 11, 12 y 13 (prácticas)**

**Objetivo:** discutir las investigaciones en opinión pública a partir de una selección deartículos.

**Contenido:** se trabajará cada artículo a partir de una Guía de Discusión deInvestigaciones preparada especialmente.

**Bibliografía:**

Cabrera, D. 2016. “*Agenda setting*. Nuevos factores contingentes”. Trabajo preparado para su presentación en el XII Congreso Nacional y V Congreso Internacional sobre Democracia, organizado por la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario. Rosario, 12 al 15 de septiembre de 2016.

6

Feldman, A.R. 2016. "Análisis del posicionamiento del Fondo Monetario Internacional frente a la crisis del año 2007. *Revista Latinoamericana de Opinión* *Pública*. Número 6 Año 2016. WAPOR Buenos Aires.

Helms, a., Rosenjack, H. y Schultz, K. 2016. “¿A quién le interesa la política? *Perspectivas desde el Barómetro de las Américas 2016*, Vanderbilt University.

Petracci, M. 2015. "Opinión pública y aborto". En: Ramos, S. (Comp.). 2015. *Investigación sobre aborto en América Latina y el Caribe": una agenda renovada para informar políticas públicas e incidencia*, 1ª ed., Ciudad de Buenos Aires:Centro de Estudios de Estado y Sociedad (CEDES); México, DF: Population Council; Lima: Promsex. ISBN: 978-987-29257-6-5. Disponible en: http://www.clacai.org/documentacion/materiales-informativos/item/1528-investigacion-sobre-aborto-en-america-latina-y-el-caribe-una-agenda-renovada-para-informar-politicas-publicas-e-incidencia.html

Said Hung, E. y Arcila Calderón, C. 2011. “Líderes de opinión en Colombia, Venezuela e Irán. El caso de los 20 usuarios más vistos en Twitter”. *Comunicación*

*y* *Sociedad*, Vol. XXIV, Nro. 1: 75-100.

[http://www.unav.es/fcom/.../descarga\_doc.php?art\_id=379..](http://www.unav.es/fcom/.../descarga_doc.php?art_id=379)

Ruiz Jiménez, AM. 2011. “¿Medir o crear opinión pública a través de encuestas? El caso de Turquía y la UE a través del Eurobarómetro”. *Empiria*, Revista de

Metodología de Ciencias Sociales, Nro. 21: 63-95. <http://www.redalyc.org/pdf/2971/297124020003.pdf>

Ramírez, I. 2017. "Apuntes sobre investigación en campañas". *Más Poder Local*.

ISSN: 2172-0223. Número 30, Enero 2017, pp.

Martini, S. 2015. "Nombrar las violencias. Certezas y paradojas de la opinión pública". En: Martini, S. y Contursi, M.E. (Compiladoras). 2015. *Crónicas de las* *violencias en la Argentina. Estudios en comunicación y medios*. Buenos Aires:Imago Mundi.

Grijalba-Eternod, A. y Fernández Molina, E. 2017. “La opinión de los reos sobre la justicia penal en México”. *Revista Latinoamericana de Opinión Pública*. Número 7 Año 2017. WAPOR Buenos Aires.

Moreno, A. y Sierra, E. 2016. "Capturando el silencio 2.0: El fenómeno Spiral of Silence en Facebook". *Em Debate*, Belo Horizonte, v.8, n.7, p. 48-72, dez. 2016.

**Módulo 6: La institucionalización del campo de la opinión pública y la**

**búsqueda de hallazgos de sondeos**

**Clase 14**

**Objetivo:** Conocer el proceso de institucionalización de la construcción de datos deopinión pública (consultoras locales y regionales; universidades, entre otras) y los sitios de búsqueda de hallazgos para las necesidades periodísticas de un medio de comunicación.

**Contenido**: Exposición del proceso de institucionalización, de los sitios web debúsqueda de hallazgos y de la lectura, redacción y sistematización de la información.

**Bibliografía**

Gindin, I. y Busso, M. 2018. “Investigaciones en comunicación en tiempos de big data: sobre metodologías y temporalidades en el abordaje de redes sociales”. En: *adComunica*. Revista Científca de Estrategias, Tendencias e Innovación enComunicación, nº15. Castellón: Asociación para el Desarrollo de la Comunicación adComunica y Universitat Jaume I, 25-43. DOI: [http://dx.doi.](http://dx.doi/)

7

Petracci, M. 2018-2019. Búsqueda de hallazgos y sitios web. Material especialmente elaborado para la clase (en preparación)

**Módulo 7: Evaluación final**

**Clases 15 y 16**

La evaluación final del Seminario consiste en la exposición oral individual de un tema (a elección de un listado de temas sugeridos) que incluya al menos cinco textos (a elección) de la bibliografía y un trabajo escrito.

a. Exposición oral (10/15 minutos) individual de un tema de opinión pública que incluya al menos cinco textos (a elección) de la bibliografía;

b. Exposición oral (10/15 minutos) individual crítica teórica y metodológicamente

sobre la construcción y producción de una nota periodística sobre opinión pública;

c. Entrega de material escrito individual correspondiente a las presentaciones orales

(máximo dos carillas de extensión, arial tamaño 12, interlineado sencillo)

Si bien la evaluación definitiva estará a cargo de la docente, se espera que el proceso de evaluación sea un proceso participativo que, a partir de los contenidos expuestos en cada módulo, permita reflexionar sobre el grado de cumplimiento de los objetivos general y específicos del Seminario.

8