

PROGRAMA
ESCENARIOS DE LA POLÍTICA:
INTRODUCCION A ALGUNAS DIMENSIONES DEL ANALISIS POLÍTICO

1. **DOCENTE:** Agustín Canzani
2. **CREDITOS:** 3
3. **CARGA HORARIA:** 22
4. **MODALIDAD DE ENSEÑANZA:** Teórica
5. **CONOCIMIENTOS PREVIOS RECOMENDADOS:** No corresponde
6. **OBJETIVOS:**

El objetivo general del curso es que los estudiantes se capaciten de forma introductoria en el análisis de la escena política pública mediante la comprensión y la aplicación de conceptos e instrumentos de la opinión pública, la comunicación política y el comportamiento electoral.

Se espera que al finalizar el curso los estudiantes estén en condiciones de: a) conocer conceptos básicos de opinión pública, comunicación política y comportamiento electoral que puedan profundizar luego en su formación de grado; b) identificar fuentes de información y análisis sobre esos campos a las que puedan recurrir de manera fácil y con capacidad de evaluar su contenido con enfoque crítico; c) aplicar de forma preliminar los anteriores elementos en la elaboración de análisis propios de la escena política de una forma que pueda justificar la interpretación realizada.

7. **CONTENIDOS:**

I. INTRODUCCION: LA POLITICA EN LA ESCENA PUBLICA

- a. Presentación del curso.
- b. El escenario político: múltiples miradas, definiciones de trabajo.

II. EL PODER DE LA CONVERSACION: LA OPINIÓN PÚBLICA.

- a. La vida social: poder e intercambio.
- b. El espacio social: el lugar de la conversación.
- c. El concepto de opinión pública: su origen y evolución.
- d. La opinión pública en las sociedades democráticas.
- e. Instrumentos para su estudio: una panorámica.

III. LA PREDISPOSICIÓN A ACTUAR: CONCEPTOS Y TEORÍAS SOBRE FORMACIÓN DE ACTITUDES.

- a. Actitudes, opiniones, comportamientos: definiciones y diferencias.
- b. Características básicas de las actitudes.
- c. Teorías psico-sociales.
- d. Teorías sociológicas.
- e. Teorías politológicas.
- f. Algunos ejemplos de trabajo: estudios nacionales y globales.
- g. Como leer estudios de opinión.

IV. ESTABLECIENDO VINCULOS: LA COMUNICACIÓN POLÍTICA:

- a. Instituciones, actores y flujos de información.
- b. El rol de los medios en la política: origen y evolución.
- c. Las estrategias de comunicación.
- d. Comunicación de gobierno.
- e. Comunicación de partidos y movimientos.
- f. Comunicación electoral.
- g. Comunicación para eventos.
- h. Comunicación y opinión: modelos causales explicativos.
- i. Leyendo la comunicación política: algunos ejemplos.

V. LA DEMOCRACIA COMO UN PROCESO DE DECISIÓN: ELECCIONES.

- a. La ruta de los derechos, la aparición del voto universal y las democracias de masas.
- b. Ciudadanía política y ciudadanía social.
- c. El significado de la competencia política en una democracia.
- d. La participación de diferentes actores en el proceso de decisión y su peso relativo.
- e. ¿De qué hablamos cuando hablamos de elecciones?

VI. CONFLUENCIA DE OPINIONES, COMUNICACIÓN Y PROCESOS DE DECISIÓN: CAMPAÑAS ELECTORALES

- a. El surgimiento de las campañas electorales.
- b. La evolución de los modelos de campaña.
- c. La hechura de las campañas: segmentación, posicionamiento y estrategia de campaña.
- d. Algunos instrumentos de uso corriente en el estudio de las campañas.
- e. Delimitaciones temporales y discusiones sobre su efecto.

VII. LA CAJA DE HERRAMIENTAS: VER, MIRAR, OBSERVAR

- a. Recorrido del curso: una síntesis sumaria.
- b. La escena política: abordajes y formas de análisis.
- c. Ejemplos de análisis políticos.
- d. Información, análisis e interpretación: guía de repositorios útiles.

8. METODO DE TRABAJO

El curso se dictará en once sesiones de dos horas de duración cada una. Cada sesión consistirá en una exposición del docente con el apoyo de presentaciones que contemplará un espacio de preguntas de los estudiantes al final de cada sesión, estimado en unos 15´.

9. SISTEMA DE EVALUACIÓN

La evaluación consistirá en la realización de dos trabajos externos, uno parcial y otro final. El trabajo parcial se realizará luego de la octava sesión y comprenderá el análisis de un material breve que tendrá que ser respondido para cada estudiante en un espacio reducido (no más de una página y media de texto) y tendrá una ponderación de 40% en la calificación del curso. El trabajo final comprenderá la respuesta a una pauta con preguntas planteadas por el docente individual de acuerdo a una pauta que se entregará en la reunión final, con una extensión máxima de cuatro páginas y tendrá una ponderación de 60% en la evaluación final del curso.

Los y las estudiantes en condición de reglamentados/as rendirán examen en base a una prueba con preguntas sobre algunos de los principales temas del curso. Los y las estudiantes en condición de libres rendirán un examen en base a preguntas sobre todo el programa del curso.

10. BIBLIOGRAFIA

Se presenta la bibliografía utilizada para el diseño del curso como referencia general, y la bibliografía específica cuya lectura se recomienda para cada apartado del programa en orden sugerido de lectura. Dado el carácter introductorio del curso y su ubicación en el ciclo inicial, se intentará trabajar con bibliografía principalmente en español. De manera excepcional se incluyen textos breves en inglés ya que no hay equivalentes razonables en español. En las diapositivas de apoyo a cada clase se glosarán los principales conceptos incluidos en estos textos.

Anderson, Christopher J. (2007): *The interaction of structures and voter behavior*, en Dalton, Russell J. y Klingemann, Hans-Dieter (2007): *The Oxford Handbook of Political Behavior*, Oxford University Press, Oxford.

Anduiza, Eva y Bosch, Agustí (2004): *Comportamiento político y electoral*, Ariel Ciencia Política, Barcelona.

Aguiar, César (2018): *Política y Sociedad en el Uruguay*. Disponible en: cesaraguiar.org.

Aguiar, César; Mora y Araujo, Manuel y Durán Barba, Jaime (2018): *Notas sobre la construcción del campo de la opinión pública en América Latina*, en Aguiar, César, *Política y Sociedad en Uruguay*, disponible en cesaraguiar.org.

Aruguete, Natalia (2016): *El poder de la agenda: política, medios y público*, Segunda Edición, Biblos, Buenos Aires.

Arroyo, Luis (2013), *El poder político en escena: Historia, estrategias y liturgias de la comunicación política*, RBA, Madrid.

Cano Mendoza, Ruben (2013): *La comunicación política del proceso de revocatoria municipal en Lima*, Disponible en : http://www.dmasillorenteycuencia.com/publico/130317_dmasi_Articulo_Revocatoria.pdf

Calzada Gutiérrez, Inés (2007): *¿Qué Estado del Bienestar queremos? Las opiniones de la ciudadanía sobre cómo son y cómo deberían ser nuestras políticas sociales*. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2536594.pdf> (Chequeado el 12/6/2021)

Canzani, Agustín (2010a): *Nymbis en Gualaguaychú*. Caras y Caretas, junio 2010.

Canzani, Agustín (2010b): *Un país suavemente ondulado. Analizando los resultados de las elecciones uruguayas de 2009*”, en Nueva Sociedad, No. 225, Buenos Aires.

Canzani, Agustín (2010c): *¿Tipos raros? La lógica de la opinión pública detrás de los resultados electorales de 2009*, pp. 135-164 en Buquet, Daniel and Jhonson, Niki: “Del cambio a la continuidad. Ciclo Electoral 2009-2010 en Uruguay”, Fin de Siglo-CLACSO-ICP, Montevideo.

Costa Bonino, Luis (1994): *Manual de marketing político*, Colección Enfoques, Editorial Fin de Siglo, Montevideo. (Referencia) Se puede acceder en línea en <http://www.costabonino.com/ppdf.htm> (Chequeado el 12/6/2021)

ALACOP (2005): *Democracias desafiantes. Antología de campaña*, Asociación Latinoamericana de Consultores Políticos, Buenos Aires.

Dalton, Russell J. y Klingemann, Hans-Dieter (2007): *The Oxford Handbook of Political Behavior*, Oxford University Press, Oxford.

Durán Barba, Jaime (2009): *Estrategias de comunicación política*, en Izurieta, Roberto; Arternton, Christopher; Perina, Rubén M. (Comp), (2009). Estrategias de comunicación para gobiernos. La Crujía Editores, Buenos Aires.

Entre (2019): *La reacción. Derecha e incorrección política en Uruguay*. Estuario Editora, Montevideo.

Forti, Steven (2021): Decirse transgresor para muchos jóvenes suena transgresor e incluso cool. Entrevista a Pablo Stefanoni en CTXT Contexto y Acción, No. 272, Mayo 2021.

Disponible en: <https://ctxt.es/es/20210501/Politica/35887/derecha-pablo-stefanoni-rebeldia-entrevista-steven-forti.htm> (Chequeado el 12/6/2021)

Freidenber, Flavia et al (2007): *Medios de comunicación y opinión pública*, Mc. Graw Hill, Madrid.

García Gómez, Patricia María y Brunetti, Paulina Maritza (2016): La construcción de un enemigo. La retórica de la prensa católica en la década de 1920. En Question, Vol 1, No. 51, La Plata.

Glynn, Carroll J. et al (1999): *Public opinión*, Westview Press, Colorado (Caps. 1 y 2, Cap. 11)

Izurieta, Roberto; Arternton, Christopher; Perina, Rubén M. (Comp), (2009): *Estrategias de comunicación para gobiernos*. La Crujía Editores, Buenos Aires.

Kessler, Gabriel y Focás, Brenda (2014): ¿Responsables del temor? Medios y sentimiento de inseguridad en América Latina. En Revista Nueva Sociedad, No. 249. Disponible en: <https://nuso.org/articulo/responsables-del-temor-medios-y-sentimiento-de-inseguridad-en-america-latina/> (Chequedo el 16/6/2021).

Malamud, Andrés (2019): ¿Se está muriendo la democracia?, en Nueva Sociedad, No. 282, Julio-Agosto 2019. Disponible en: <https://nuso.org/articulo/se-esta-muriendo-la-democracia/> (Chequeado 12/6/2021)

Mora y Araujo, Manuel (2012): *El poder de la conversación. Tomo I – La opinión pública*, La Crujía Editores, Buenos Aires.

Mora y Araujo, Manuel (2012): *El poder la conversación. Tomo II – El oficio del consultor: investigar y asesorar*; La Crujía Editores, Buenos Aires.

Newman, Bruce (1994): *The marketing of the President. Political marketing as Campaign Strategy*, Sage Publications, California.

Levitsky, Steven y Ziblatty, Daniel (2018): *Cómo mueren las democracias*, Ariel, Barcelona.

PNUD (2014): *Ciudadanía política. Voz y participación ciudadana en América Latina*. Siglo XXI Editores Argentina, Burzaco.

Price, Vincent (2008), *The Public and Public Opinion in Political Theories*, en Donsbach, Wolfgang y Traugott, Michael W. (2008): *The Sage Handbook of Public Opinion Research*, Sage Publications, Bangalore.

Przeworski, Adam (2010): Qué esperar de la democracia. Límites y posibilidades del autogobierno. Siglo XXI Editores, Buenos Aires.

Sábada, Teresa (2008): *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*, La Crujía Ediciones, Buenos Aires.

Schmitt Beck, Rudiger (2007): *New Modes of Campaigning* en Dalton, Russell J. y Klingemann, Hans-Dieter (2007): *The Oxford Handbook of Political Behavior*, Oxford University Press, Oxford.

Wlezien, Christopher y Soroka, Stuart N. (2009): *The relationship between Public Opinion and Policy*, en Dalton, Russell J. y Klingemann, Hans-Dieter (2009): *The Oxford Handbook of Political Behavior*, Oxford University Press, Oxford.

Yeric, Jerry L. Todd, John R. (1996): *Public Opinion. The visible politics*, Peacock Publishers, Itasca, Illinois.

Zaller, John (2014), *La naturaleza y los orígenes de la opinión pública*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid.

Específica por tema (Lectura recomendada)

I. INTRODUCCION: LA POLITICA EN LA ESCENA PUBLICA

Arroyo (2012), Introducción, Cap. 14.

II. EL PODER DE LA CONVERSACION: LA OPINIÓN PÚBLICA.

Mora y Araujo (2012), Tomo I, págs. 25-64, 79-112; Mora y Araujo (2012), Tomo II, 55-132

III. LA PREDISPOSICIÓN A ACTUAR: CONCEPTOS Y TEORÍAS SOBRE FORMACIÓN DE ACTITUDES.

Zaller (2014), Caps. 2 y 3.

IV. ESTABLECIENDO VINCULOS: LA COMUNICACIÓN POLÍTICA:

Aruguete (2015), Caps. 9 y 10; Sábada (2008), Cap. 5; Durán Barba (2009); Izurieta (2009), págs. 187-251;

V. LA DEMOCRACIA COMO UN PROCESO DE DECISIÓN: ELECCIONES.

Price (2007); Przeworski, págs. 33-48; 249-252; PNUD, Caps. 4 y 5; Anduiza y Bosch, Caps. 5 y 6.

VI. CONFLUENCIA DE OPINIONES, COMUNICACIÓN Y PROCESOS DE DECISIÓN: CAMPAÑAS ELECTORALES

Canzani 2010b y 2010c; Newman 1994, Introducción, Cap. 1.

VII. LA CAJA DE HERRAMIENTAS: VER, MIRAR, OBSERVAR

Canzani, 2010a; Entre, págs. 18-48 y 265-273; Forti, 2021,