



OPINIÓN PÚBLICA Y CONDUCTA ELECTORAL

Especialista en contenido:	POL. BLANCA DÍAZ	AUTORIZADO POR VICE RECTORADO ACADÉMICO (FIRMA Y SELLO)
Fecha de elaboración:	SEPTIEMBRE, 1996	
Elaborado por:	POL. BLANCA DÍAZ	

DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

Esta asignatura permite conocer y reflexionar sobre la naturaleza del receptor colectivo de las comunicaciones sociales, es decir, sobre los procesos de la conformación de las opiniones de los públicos con especial énfasis en la formación de las opiniones políticas, indispensables para el conocimiento de los estudiantes de Ciencia Política.

MODALIDAD Y ESTRATEGIA DE ENSEÑANZA

Motivado al carácter teórico de esta disciplina, trataremos de conjugar el trabajo de equipo junto a los alumnos con el objeto de lograr reflexiones y frecuentes diálogos en el aula, así como el análisis de casos específicos que permitan:

Discusión Estructurada

Desarrollo de Investigación

Análisis de casos

ESTRATEGIA DE ESTUDIO

Se hará necesario que la cátedra oriente la asignatura con el alto sentido de la participación teórica-práctica, análisis de materiales y trabajos prácticos de casos tanto a nivel individual y crítico del alumno como grupal.

OBJETIVO TERMINAL DE LA ENSEÑANZA

Identificar los factores de influencia y orientación, que suscitan o modifican las opiniones políticas por acción directa e individual y por acción colectiva, así como analizar los fenómenos de opinión pública confrontable o no.

UNIDAD I	OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
CONCEPTO DE OPINIÓN PÚBLICA. LA OPINIÓN POLÍTICA COMO HECHO SOCIAL	LA UNIDAD TIENE COMO OBJETIVO PRINCIPAL. CAPACITAR AL ESTUDIANTE EN EL ÁMBITO DE LOS DIFERENTES CONCEPTOS Y MODALIDADES EN QUE SE DESARROLLA LA OPINIÓN PUBLICA Y LA OPINIÓN POLÍTICA.
DURACIÓN	
3 SEMANAS	
EVALUACIÓN	
15%	
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN	
• Clase magistral. • Discurso y Análisis de Lecturas.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
1. Conocer la naturaleza de la opinión pública. 2. La opinión política y la opinión como realidad psicológica y sociológica del contenido de los grupos	
CONTENIDOS	
1. Delimitación de la ciencia de la opinión relacionándola con disciplinas como ciencia política 2. Desarrollo histórico de la opinión política. La opinión política como hecho social. 3. Significado de la opinión política y la opinión pública, 4. Públicos, política y opinión: Definiciones y Características. 5. La opinable: Duda, incertidumbre, creencia, convicción, certeza, lo que no es opinión política.	

UNIDAD II		OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
TEORÍA DE LA CONFORMACIÓN DE LA OPINIÓN PUBLICA.		QUE EL ALUMNO SEA CAPAZ DE TRABAJAR CON LA DEFINICIÓN DE LA TEORÍA Y ELEMENTOS QUE INTEGRAN LA CONFORMACIÓN DE LA OPINIÓN POLÍTICA; A TRAVÉS DE SUS CONCEPTOS, LEVES Y VARIABLES.
DURACIÓN		
3 SEMANAS		
EVALUACIÓN		
15%		
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN		
• Clase Magistral • Discusión y Exposición • Charla de invitados a la Cátedra.		
OBJETIVOS ESPECÍFICOS		
1. Analizar e interpretar el proceso de formación de la opinión pública. 2. Seleccionar un caso específico para analizar.		
CONTENIDOS		
• Comportamientos de los públicos. • Condiciones del habito de la persona, leyes de la unidad mental. • Tipificación de los procesos dinámicos de las multitudes, psicología masiva, público y masificación. • La formación de opinión, elementos, factores personales cremotos y próximos. • La figura de leer.		

UNIDAD III	OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
LAS ACTIVIDADES DE LOS DE LA OPINIÓN PÚBLICA.	EL PARTICIPANTE DEBERÁ SER CAPAZ DE IDENTIFICAR Y ANALIZAR LOS FACTORES QUE INTERVIENEN EN LAS ACTIVIDADES DE LOS PÚBLICOS..
DURACIÓN	
3 SEMANAS.	
EVALUACIÓN	
15%	
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN	
• Clase Magistral. • Análisis de casos. • Exposiciones.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
1. Conocer los factores que intervienen en las actividades de los públicos 2. Describir los objetivos y limitaciones del uso de estereotipos, símbolos y mitos como factores de cambio en las actividades de los públicos. 3. Organizar y reconocer los tipos de influencia que pueden ejercer los diferentes tipos de liderazgo.	
CONTENIDOS	
1. Las actitudes, su naturaleza y sus funciones. 2. La mentalidad como hecho social. 3. La mentalidad de grupo. 4. La simbología: Imagen y símbolos, imagen objetiva y subjetiva, los prejuicios, los mitos, los arquetipos. 5. El líder. Tipos de líder. 6. Sus influencias en el cambio de los grupos- 7. El liderazgo Municipal y Vecinal- 8. Los factores económicos de influencia-	

UNIDAD IV	OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
LA CREACIÓN DE LIDERES COMO MECANISMO DE CAMBIO EN VENEZUELA.	EL OBJETIVO DE ESTA UNIDAD CONSISTE EN QUE EL PARTICIPANTE TENGA UNA VISIÓN AMPLIA DE LO QUE PRESENTA COPRE, COMO ALTERNATIVA PARA EL PROCESO DEL EJERCICIO DEL LIDERAZGO EN VENEZUELA; Y POR OTRA PARTE CONOCER LAS INICIATIVAS DE EMPRESARIOS, VECINOS Y POLÍTICOS EN LOGRAR EL CAMBIO DE LAS MULTITUDES A TRAVÉS DEL EJERCICIO Y FUNCIÓN,
DURACIÓN	
4 SEMANAS	
EVALUACIÓN	
20%	
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN	
• Clase Magistral. • Charla Discusión. • Exposiciones de grupos.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
1. Conocer los materiales de copre como propuestas de retornos de los Estados y Municipios. 2. Conocer las iniciativas de los diferentes sectores de participación sobre la función de líderes. 3. La importancia de estos nuevos elementos como modificadores y formadores de la opinión política en los públicos.	
CONTENIDOS	
• El liderazgo individual en la formación de opinión. • Teorías del liderazgo. • El líder de opinión. • Factibilidad de modificación de actividades- • Participación de empresarios vecinos y políticos en el ejercicio del líder. • Las elites y su conformación.	

UNIDAD V	OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
LA PROPAGANDA POLÍTICA Y LA PUBLICIDAD POLÍTICA.	INFORMAR AL ALUMNO SOBRE LAS TÉCNICAS USADAS EN LA PROPAGANDA POLÍTICA Y LA PUBLICIDAD POLÍTICA, ASÍ COMO REFLEXIONAR SOBRE LA IMPORTANCIA DE ESTOS ELEMENTOS EN LA FORMACIÓN DE LAS OPINIONES DE LOS PÚBLICOS Y EN ESPECIAL DE LA OPINIÓN POLÍTICA.
DURACIÓN	
3 SEMANAS	
EVALUACIÓN	
15%	
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN	
Clase Magistral.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
- Conocer las técnicas de la propaganda política. - Conocer las Técnicas de la publicidad política, - Entender la importancia del desarrollo paralelo de estas técnicas en el manejo y persuasión de los públicos. - Las campañas electorales y su influencia en la tomo de decisiones del pueblo. - El rumor y la contra propaganda.	
CONTENIDOS	
- La propaganda, estudio histórico reglas, caracteres, condiciones. - Propaganda e Ideología. Su papel en la formulación de opinión. Teorías de propaganda- - La publicidad política, las encuestas, el perfil. - Las técnicas de persuasión y las apelaciones políticas, - Estrategia de los medios, las campañas electorales.	

UNIDAD VI	OBJETIVO TERMINAL DE UNIDAD
LA OPINIÓN PÚBLICA VENEZOLANA. LA POLÍTICA Y LAS OPINIONES.	QUE EL PARTICIPANTE SEA CAPAZ DE ELABORAR SU PROPIO JUICIO ACERCA DE LA OPINIÓN PUBLICA VENEZOLANA, HACIENDO ÉNFASIS EN EL CONOCIMIENTO DE LAS OPINIONES POLÍTICAS DE LOS GRUPOS QUE CONFORMAN EL PAÍS, Y REFLEXIÓN SOBRE LA IMPORTANCIA DEL POLÍTICO PROFESIONAL DE ELLA.
DURACIÓN	
3 SEMANAS	
EVALUACIÓN	
20%	
ESTRATEGIA DE INSTRUCCIÓN	
• Clase Magistral. • Discusión Estructurada. • Exposiciones y trabajo de equipos.	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	
1. Analizar e interpretar la situación de la opinión Publica Nacional. 2. Analizar los diferentes factores que intervienen en ella, emociones, sociales, políticos, comunicacionales. 3. Formular una actividad para ser asumida por el profesional de las ciencias polítics ante el conocimiento de estos hechos. 4. Las actividades de cambio de los venezolanos.	
CONTENIDOS	
• Fenómenos de opinión; El rumor, leyes de difusión , casos venezolanos, • El humor como postura, sus expresiones, el juego, la moda, su razón social y su influencia. • La rebeldía y participación: como actitudes de conflicto. • El feed back del pueblo: Los cacerolazos. • El consenso. • El desarrollo humano como automodelación de los pueblos.	

BIBLIOGRAFÍA

ALLPOT, GORROON. Psicología del Humor. Psiquis. Buenos Aires.

BENEYRO, Juan. La Opinión Pública Internacional.

BROWN, J.A. Techniques DF Persuasión

COSVER, Levis. Las Funciones del Conflicto Social. Fondo de Cultura Económico. México.

DOMENACH, Jean Marie, La Propaganda Política. Presses Universitaires de France. Paris.

DRIENCOURT, J. La Propaganda. Nueva Fuerza Política.

FREUD, Sigmund. Psicología de las Masas. Compendio Del Psicoanálisis-

LEBON, Gustave. Psicología de las Multitudes. Albastros. Buenos Aires.

MORRIS, Desmond. El Mono Desnudo.

SAUVY, Alfred. La Opinión Pública.

PASCUALI, Antonio. Comunicación y Cultura de Masas. U.C.V. Caracas.

STOETZEL, Jean. La Formación de la Opinión Pública.

Régimen Municipal y Elección de Gobernadores y Alcaldes. Libros de Copre.

Los Vecinos. Manual de LEWIS Pérez Sobre la Comunidad vecinal.