



CUCSH

División de Estudios de la Cultura
Departamento de Estudios de la
Comunicación social
*Licenciatura en Comunicación
Pública*

1. IDENTIFICACIÓN DEL CURSO

Centro Universitario:

Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades

Departamento:

Departamento de Estudios de la Comunicación Social (DECS)

Academia:

Teorías de la Comunicación

Nombre de la unidad de aprendizaje:

Opinión Pública

Clave de la materia:	Horas de Teoría:	Horas de practica:	Total de Horas:	Valor en Créditos
EP207	60	0	60	8

Tipo de curso:	Nivel en que se ubica:	Carrera:	Prerrequisitos:
Curso	Licenciatura	Comunicación Pública	Ninguno

Área de Formación:

Básica Particular Obligatoria

Elaborado por:

Dra. Frida V. Rodelo

Fecha de elaboración:	Fecha de ultima actualización:
Julio de 2015	12 de agosto de 2018

2. PRESENTACIÓN

El siglo XXI nos ha tomado por sorpresa: los avances tecnológicos han propiciado nuevas formas de organización de la sociedad, nuevas formas de comunicación; el acceso a mayor cantidad de información; la posibilidad de llegar a públicos más grandes; y con todo ello, nuevas repercusiones en el camaleónico concepto de *opinión pública*. De este nos hemos preguntado: ¿Dónde empieza y dónde termina? ¿Existe o no existe? Si la opinión pública sí existe, ¿de quién es esta opinión que llamamos *pública*? ¿La opinión de todos cuenta por

igual? Si no es así, ¿qué opiniones importan más? ¿Cuál es la diferencia entre contenidos de los medios y opinión pública? ¿Cuál el papel *ideal* de la opinión pública en un gobierno democrático? ¿Cuál es el papel *real* de la opinión pública en un gobierno como el mexicano?

En el curso Opinión Pública se abordarán estos y otros problemas relacionados con el concepto; se abordarán también los temas más cercanos a la práctica de los comunicadores públicos: la relación entre medios de comunicación y opinión pública; los posibles efectos de los medios en la opinión pública; la búsqueda de resultados de encuestas de opinión pública levantadas en México; y la correcta interpretación y citación de este tipo de datos.

3. UNIDAD DE COMPETENCIA

Al finalizar el curso, el estudiante conocerá las principales posturas acerca del (1) concepto de opinión pública; (2) el papel de la comunicación y de los medios en la opinión pública y (3) el papel de la opinión pública en un gobierno democrático.

Asimismo, se espera que el estudiante desarrolle las habilidades de (1) buscar resultados de encuestas, (2) interpretar estos resultados y (3) citarlos; (4) recuperar artículos de prensa, (5) analizarlos y reportar los resultados de tal análisis.

Se espera que el estudiante fortalezca las habilidades de (1) escribir reportes; (2) analizar datos; (3) construir el contexto de un caso; (4) presentar oralmente su trabajo; y (5) brindar retroalimentación a sus compañeros.

4. SABERES

Saberes prácticos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Interpretar y analizar resultados sobre estudios de opinión pública. 2. Elaborar el contexto de un caso de interés público 3. Elaborar el análisis de las encuestas sobre un tema de opinión pública 4. Elaborar el análisis de la cobertura mediática sobre un caso de interés público
Saberes teóricos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Conocer las diferentes posturas en torno del concepto de opinión pública 2. Conocer los posibles efectos de los medios en la opinión pública 3. Conocer la relevancia de la opinión pública en el gobierno democrático
Saberes formativos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Entender el valor del estudio de la opinión pública como fenómeno social capaz de incentivar cambios sociales 2. Entender la importancia de interpretar adecuadamente los resultados de encuestas de opinión pública

5. CONTENIDO TEÓRICO-PRÁCTICO

I. Opinión pública

- Surgimiento del concepto de opinión pública
- Contraste entre estudios clásicos y estudios modernos de opinión pública
- Concepto de esfera pública
- La opinión de encuestas como opinión pública

II. Problemas de la opinión pública

- Falta de competencia del público
- Falta de acceso del público a recursos
 - La brecha de conocimiento
- La tiranía de la mayoría
 - Teoría de la espiral del silencio
- Susceptibilidad del público a la persuasión y efectos de los medios

- *Agenda-setting*
- *Framing*
- El dominio de las élites
 - El modelo de propaganda de Herman y Chomsky

III. Los estudios de opinión pública en México

- Antecedentes: estudios y ensayos sobre el perfil cultural de los mexicanos
- Medición de la opinión pública en México
 - Encuestas gubernamentales
 - Encuestas aplicadas por INEGI
 - Encuestas aplicadas por empresas privadas
 - Revistas sobre opinión pública

6. ACCIONES

- Lectura individual en casa
- Preguntas de preparación en clase
- Aplicaciones¹ (estas son actividades en clase tales como examinar y analizar casos, examinar la metodología y los resultados de encuestas de opinión pública y elaborar murales)
- Elaboración individual de un proyecto semestral, denominado “análisis de opinión pública”, que consiste en elegir un evento o tema de interés público e indagar: (1) el contexto histórico, social, político, etcétera, en que surge, (2) la opinión pública relacionada con el tema o el evento a partir de encuestas de opinión publicadas y (3) la opinión publicada en medios de comunicación sobre el tema o evento

ELEMENTOS PARA LA EVALUACIÓN

7. Evidencias de aprendizaje	8. Criterios de desempeño	9. Campo de aplicación
<ul style="list-style-type: none"> ● Preguntas de preparación ● Discusión activa durante la elaboración de las aplicaciones ● Presentación oral de los resultados de la aplicación ● Elaboración de un proyecto semestral sobre el análisis de un caso vinculado la emergencia de la opinión pública 	<ul style="list-style-type: none"> ● Contestó correctamente las preguntas de preparación ● Participó activamente en la elaboración de aplicaciones ● Entregó el proyecto semestral en tiempo y forma 	<ul style="list-style-type: none"> ● Periodismo de opinión ● Consultoría sobre comunicación política, mercadotecnia política y áreas afines

¹ Idealmente debería involucrar el desarrollo de habilidades de pensamiento de alto nivel (*high level thinking skills*), de acuerdo con la taxonomía de Bloom.

10. CALIFICACIÓN

36 %: 3 entregas de proyecto semestral
9 %: 1 presentación oral de proyecto
28 %: 11 aplicaciones
15 %: Preguntas de preparación
12 %: 2 evaluaciones de pares

11. ACREDITACIÓN

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Cumplir con 80% de las asistencias• Obtener como mínimo 60 de calificación |
|---|

12. BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Bourdieu, P. (1992). La opinión pública no existe. *Debates en Sociología*, 17. [También disponible en Bourdieu, P. (1990). *Sociología y cultura*. México: Grijalbo.]
- Chomsky, N., Herman, E. S. (2000). *Los guardianes de la libertad: propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*. Crítica.
- Dahl, R. (2006). *La democracia: una guía para los ciudadanos*. México: Taurus.
- Dahlgren, P. (2006). Doing citizenship. *European Journal of Cultural Studies*, 9 (3), 267-286.
- Druckman, J. N. (2001). The implications of framing effects for citizen competence. *Political Behavior* 23(3): 225-56.
- Habermas, J. (1974). The public sphere: An encyclopedia article (1964). *New German Critique*, (3), 49-55.
- Huneus, C. (2010). Las encuestas de opinión pública en las nuevas democracias de América Latina. *Contribuciones*, 2(99).
- Noelle-Neumann, E. (1984). *The spiral of silence. A theory of public opinion. Our social skin*. Chicago: University of Chicago Press. [Noelle-Neumann, E. (1995). La espiral del silencio. Opinión pública nuestra piel social. Barcelona: Paidós; pp. 17-82 y 255-278.]
- Lazarsfeld, P. F. (1957). Public opinion and the classical tradition. *Public Opinion Quarterly*, 21 (1): 39-53.
- McCombs, M. (1996). Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo. En *Los efectos de los medios de comunicación: investigaciones y teorías*. Barcelona: Paidós.
- Price, V. (1994). *Opinión pública*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara. [También disponible en Paidós.]
- Sarsfield, R. (2007). La racionalidad de las preferencias políticas en México Estudios recientes de opinión pública y comportamiento electoral. *Política y Gobierno*, 14(1), 143-171.
- Tichenor, P. J., Donohue, G. A., & Olien, C. N. (1970). Mass media flow and differential growth in knowledge. *Public Opinion Quarterly*, 34(2), 159-170.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

- Andrade del Cid, P. (2009) La democracia en el espacio público mediático. *Global Media Journal Edición Iberoamericana*, 6, 12, pp. 91-100.
- Castells, M. (2010). *Comunicación y poder*. España: Alianza Editorial; pp. 33-187 (Cap. I y II).
- Chartier, R. (1995). *Espacio público, crítica y desacralización en el Siglo XVIII*. Barcelona: Gedisa; pp. 33-50. 911CHA

- Dahlgren, P. (1999). El espacio público y los medios ¿una nueva era? En Masson, I. & Dayan, D. (Coords.). Espacios públicos en imágenes. Barcelona: Gedisa; pp. 245-268. 302.2308ESP
- Dewey, J. (1927). *El público y sus problemas*. Madrid: Morata; pp. 116-134.
- Garzón, E. (2003). *Lo íntimo, lo privado y lo público*. México: IFAI.
- Habermas, J. (1981). Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública. Barcelona: Gustavo Gili; pp. 41-64 y 65-93 (Caps. I y II).
- Habermas, J. (2006). Political communication in media society: Does democracy still enjoy an epistemic dimension? The impact of normative theory on empirical research. *Communication Theory*, 16 (4):411-426.
- Laswell, H. (1927). Propaganda technique in the world war. New York: Knof.
- McCombs, M. & Shaw, D. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass-Media. E.E.U.U.: Public Opinion Quaterly. 070.4 AGE
- Mills, W. (1987). La elite del poder. México: FCE.
- Mora, M. (2005). El poder de la conversación. Elementos para una teoría de la opinión pública. Buenos Aires: La Crujía; pp. 23-84, 425-478 y 479-512 (Caps. I, IX y X).
- Thompson, J. (1992). Los medios y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. Barcelona: Gedisa; pp. 161-198.
- Thompson, J. (2000). El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós; pp. 91-129.
- Tocqueville, A. (1985). La democracia en América. México: FCE; pp. 266-277.

SITIOS WEB RECOMENDADOS

<http://plato.stanford.edu/entries/habermas/>