

MINOR EN SOCIOLOGIA OPINIÓN PÚBLICA

I. DESCRIPCIÓN.

A través de este curso se espera que los alumnos conozcan las principales escuelas teóricas y los conceptos relativos al estudio de la opinión pública, y cuál es el estado del arte de la reflexión actual sobre este tema. Todo esto con el propósito de generar una reflexión sociológica respecto de los procesos de formación de opinión en las sociedades modernas.

II. OBJETIVOS.

Objetivo General

Entender los procesos de formación de opinión pública desde una perspectiva amplia, así como dotar a los estudiantes de un mirada profesional para abordar los estudios de opinión pública.

Objetivos Específicos

- a. Identificar el aporte de la sociología a la comprensión de los procesos de formación de opinión.
- b. Conocer las principales escuelas norteamericanas y europeas que analizan la opinión pública.
- c. Identificar la importancia política de los estudios de opinión pública, desde la sociología del poder.
- d. Conocer el estado del arte chileno de los estudios de opinión pública.
- e. Entregar herramientas prácticas para el desempeño profesional-sociológico en el ámbito de los estudios de opinión pública

III. CONTENIDOS.

Unidad 1	INTRODUCCIÓN AL CONCEPTO DE OPINIÓN PÚBLICA
Sesión 1	- Presentación del curso
Sesión 2	- Conceptos de Opinión pública - Ambientes de intermediación política y formación de opinión.
Sesión 3	- Introducción a la Agenda Setting - Análisis de casos

Sesión 4	- Introducción a La Espiral del Silencio - Análisis de casos
----------	---

Unidad 2 ESCUELAS EUROPEAS	
Sesión 5	La opinión pública en la sociología alemana: de la Escuela de Frankfurt a Jürgen Habermas.
Sesión 6	La construcción de la noción de opinión pública en Francia.
Sesión 7	La deconstrucción de la noción de opinión pública en la sociología francesa contemporánea.
Sesión 8	Mirada crítica a la escuela anglosajona de la sociología de la opinión pública vista desde la perspectiva francesa.

Unidad 3 OPINIÓN PÚBLICA DESDE LA ÓPTICA DEL PODER	
Sesión 9	La construcción elitica de la opinión pública: hegemonía cultural y sociedad.
Sesión 10	Conceptos de opinión pública en diversos actores sociales: líderes políticos, periodistas, sociedad civil organizada.
Sesión 11	Opinión pública y medios de comunicación: la encuesta como noticia.
Sesión 12	Opinión pública y discursos marginales: ¿es el excluido componente de la opinión pública?

Unidad 4 TALLER DE ENCUESTAS DE OPINIÓN PÚBLICA	
Sesión 13	- Metodologías y Técnicas de investigación de opinión pública - Técnicas de Construcción del Cuestionario
Sesión 14	- Estado del arte de las encuestas de opinión en Chile - Análisis de instrumentos
Sesión 15	- Principales tendencias en la opinión pública. - Mirada sociológica de los estudios de opinión.
Sesión 16	-Taller de Elaboración de informes (minutas, presentaciones y artículos para uso de la prensa).

IV. EVALUACIÓN.

Control de lectura y contenidos (30%).

Evaluación de aplicación (25%).

Trabajo final (45%):

V. BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA.

Unidad 1

- Noelle-Neumann, Elizabeth *"La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social"*, Paidós, Barcelona, 1995. (desde 1. La hipótesis del Silencio a 4. ¿Qué es la opinión pública?).

- ⇒ Price, Vincent (1994) *"Opinión Pública"*. Paidós Comunicación.

Unidad 2

- ⇒ Adorno, Theodor: *"Televisión y cultura de masas"*.
- ⇒ Ellul, J. *"Historia de la propaganda"*.
- ⇒ Habermas, J. (1982) *"Historia Crítica de la Opinión Pública"*. Barcelona: Gustavo Gili.
- ⇒ Mattelart, A: *"La Invención de la Comunicación"*. Siglo XXI editores.1995
- ⇒ Ferry, Jean-Marc y Wolton, Dominique, *"El nuevo espacio público"*, Gedisa, Barcelona, 1992. Capítulo sobre "La espiral del silencio. Una teoría de la opinión pública".

Unidad 3

- ⇒ Exoo, C. (1994) *"Politics of the mass media"*.
- ⇒ Herbst, S. (1999) *"Reading public opinion: how political actors view the democratic process"*.
- ⇒ Muraro, Heriberto (1997) *"Políticos, periodistas y ciudadanos"*. Fondo de Cultura Económica. Capítulo 4 ¿Por qué, además, la opinión pública?

Unidad 4

- ⇒ Al inicio del taller de encuestas de opinión pública se entregará bibliografía de apoyo, en relación a construcción de instrumentos.

BIBLIOGRAFÍA OPCIONAL:

- Adorno, Theodor y Horkheimer, Max. "La industria cultural", en *Dialéctica del iluminismo*, Sudamericana, Buenos Aires, 1988.
- Berganza, María Rosa (2000) "Comunicación, opinión pública y prensa en la sociología de Robert E. Park". Madrid: CIS –centro de investigaciones sociológicas-.
- Bourdieu, P. "*L'opinion publique n'existe pas*".
- Bryant J. & Zillman D. (Eds.) (1996), "Los Efectos de los Medios de Comunicación". Paidós.
- Champagne, P. "Faire l'opinion".
- Clinton, Bill. (2004) "Mi vida". Random House Mondadori. Serie La Tercera.
- De Fleur, M. (1997) "Teorías de la comunicación de masas". Paidós.
- Giddens, Anthony (1999), "Un Mundo Desbocado. Los Efectos de la Globalización en Nuestras Vidas". Madrid: Taurus. Parte I y II.
- Giddens, A. y Hutton, W. (eds.) (2001) "En el Límite. La vida en el capitalismo global". Barcelona: Tusquets.
- Iyengar, Shanto & Kinder, D.R. (1987). "News that matters: Television and American Opinion". Chicago: University of Chicago Press.
- Iyengar, Shanto. (1991). "Is anyone responsible? How television frames political issues". Chicago: University of Chicago Press.
- Katz, E. (1987) "Communication Research since Lazarsfeld" en *Public Opinion Quarterly*.
- Katz, E. & Lazarsfeld, P, "Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications" (parte I, capítulos 1 y 2).
- Lasswell, Harold D. "Estructura y función de la comunicación en la sociedad", en M. de Moragas Spa. *Sociología de la comunicación de masas*, Gustavo Gili, Barcelona, 1984, pp. 192-206.
- Lazarsfeld, Paul (1960) "El Pueblo Elige: Estudio del Proceso de Formación del Voto durante una Campaña Presidencial", Buenos Aires, Ediciones 3. Prefacio, Capítulos XI, XII, XV y XVI.
- Lippman, Walter (1922) "Public Opinion".
- Maarek, Philippe J. (1997) "Marketing político y comunicación". Barcelona: Editorial Paidós, serie Paidós Comunicación.
- Marín López, Enrique (1996) "Sociología de la Opinión Pública". Madrid: Editorial Enroles.
- Mc Combs "Influencias de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo", en *Los Efectos de los Medios de Comunicación (investigaciones y Teoría)*. Paidós, 1996 Bryant y Zillman (editores).
- Offerlé, M. "Sociologie des groupes d'intérêt".
- Reynié, D.: "Le triomphe de l'opinion publique. L'espace public français du XVIe au XXe siècle".
- Revista Hermes N° 51 "L'opinion publique: perspectives anglo-saxones", bajo la dirección de L. Blondiaux.
- Sartori, Giovanni (2003), "Homo Videns, La sociedad teledirigida".
- Thompson, John B. (2000) "El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación". Barcelona: Paidós.
- Thompson, J. (1998), "Los Media y la Modernidad". Barcelona: Paidós Comunicación.

SITIOS WEB RECOMENDADOS:

SITIOS ESPECIALIZADOS:

www.cis.es www.publicagenda.org
www.pollingreport.com
www.latinobarometro.org www.ropercenter.uconn.edu
www.poq.oupjournals.org
www.worldvaluessurvey.com www.aapor.org
www.gallup.com
www.mori.com

CENTROS DE INVESTIGACIÓN - CHILE:

www.cepchile.cl www.cerc.cl www.pnud.cl www.chile21.cl

EMPRESAS CHILENAS QUE REALIZAN ESTUDIOS DE OPINIÓN PÚBLICA:

www.adimark.cl www.feedback.cl www.ekhos.cl
www.timeresearch.cl www.criteria.cl www.gemines.cl
www.datavoz.cl www.voxpopuli.cl www.opina.cl