

PROGRAMA DE ASIGNATURA

OPINIÓN PÚBLICA

NOMBRE: Opinión Pública

CLAVE: 0586

SEMESTRE: 9º

CRÉDITOS: 06

HRS. TEORÍA: 2

HRS. PRÁCTICA: 2

FECHA DE ACTUALIZACIÓN: Junio 2005

RESPONSABLES DE LA ACTUALIZACIÓN: Mtro. Jesús Segura Hidalgo

MATERIAS CON LAS QUE SE RELACIONA: Socialización, Cambio de Actitudes, Historia de México del siglo XX, Psicología Transcultural, Cultura y Personalidad; Problemas Económicos, Políticos y Sociales de México y Métodos y Técnicas de Investigación en Psicología Social I y II

INTRODUCCIÓN:

Desde sus orígenes, el estudio y la investigación de la opinión pública se ha realizado desde la Sociología y la Psicología Social; ciertamente, también han participado la Ciencia Política, y actualmente las Ciencias de la Comunicación

Para la Psicología Social, la opinión pública sigue constituyendo un campo importante de estudio e investigación; nos interesan los procesos de interacción entre personas, grupos y colectividades, para comprender las distintas formas de reconstruir y representar la realidad de la vida pública y privada en nuestra sociedad. Por lo cuál planteamos el estudio y la comprensión de la comunicación a la luz de la nueva teoría social, esta es, el fundamento básico que nos permite comprender y articular la función real de la opinión pública, la importancia y el papel de los *Mass media*, los grupos, instituciones y empresas de la comunicación.

La materia nos da la oportunidad, de analizar el impacto de las comunicaciones en la cotidianidad, trabajar con los medios clásicos, así como observar el potencial paradójico de las nuevas tecnologías en el mundo globalizado.

El presente programa pretende proveer las competencias indispensables para el estudio y análisis de la opinión pública, desde la perspectiva psicosocial, así como dotar a los estudiantes de un marco teórico que les permita diferenciar a la opinión pública de otros procesos psicosociales como las creencias, actitudes y prejuicios. Desde el punto de vista de la psicología social interesa conocer y estudiar la complejidad de la comunicación, así como la dificultad que hay en la recepción y selección de información, la resistencia y la improbabilidad en los logros comunicativos. Esto nos permite abordar otros procesos importantes como la influencia, el poder, el rumor; la propaganda, el liderazgo, ideología, el marketing político y la mercadotecnia

Preferentemente, conviene que los estudiantes que les interese cursar esta materia sepan o conozcan la metodología de la investigación social, especialmente en lo referente a encuestas, construcción de cuestionarios y técnicas de muestreo, en el curso hacemos un repaso general sobre esta temática.

OBJETIVO GENERAL: analizar, comprender y aplicar un estudio o investigación sobre una temática actual de opinión pública en nuestro país

OBJETIVOS

- 1) Ubicar el estudio y análisis de la opinión pública, dentro del campo de la comunicación social
- 2) Proveer un Marco Teórico y conceptual para el estudio y formación de la opinión pública, así como para las críticas a los modelos clásicos sobre el tema.
- 3) Identificar y comprender los procesos psicosociales implícitos en los estudios investigaciones en opinión pública
- 4) Realizar una serie de ejercicios prácticos en relación al estudio de la opinión pública, sobre temas de actualidad, aplicando alguna metodología psicosocial.

TEMARIO, OBJETIVOS ESPECÍFICOS Y BIBLIOGRAFÍA

TEMA I. COMUNICACION SOCIAL Y OPINIÓN PUBLICA.

Objetivo Específico

Que el(la) estudiante conozca y analice la importancia de la comunicación social y los efectos en la formación de las opiniones.

Bibliografía Básica:

Fernández, F. y Yépez, M. (Comps.) (1984). **Comunicación y Teoría Social**. México. UNAM. (pp. 97-124).

Galvan, F. (Comp.) (1990) Touraine y Habermas: **Ensayos de Teoría Social** México. UAP-UAM (pp.51-61)

Luhmann, N. (2000) **La realidad de los medios de masas** España. Anthropos (pp.111-152)

Moscovici, S (Comp.) (1986) **Psicología social**. Tomo 11 España. Paidós (pp.535-574)

Rivadeneira, R. (1992). **La Opinión Pública**. México: Trillas. (pp. 43-51 y 125-134).

TEMA II. ANTECEDENTES, DEFINICIONES CONCEPTOS Y CARACTERISTICAS DE LA OPINIÓN PÚBLICA.

Objetivo Específico:

Que el(la) estudiante ubique, conozca y analice las diferentes aproximaciones teóricas al estudio de la opinión pública.

Bibliografía Básica

Ferrer, E. (1987) **Comunicación y opinión pública** México Costa Amic (pp.35-65)
Habermas, J. (1989) **Historia y crítica de la opinión pública.** España. Gustavo Gili
Young, K. et. Al. (1993). **La Opinión Pública y la Propaganda.** México: Edit. Paidós (pp. 7-68).
Rivadeneira, Raúl (op.cit.) (pp. 65-74).

TEMA III. TEORIAS SOBRE LA OPINION PUBLICA.

Objetivo Específico:

Que el(la) estudiante analice, discuta y critique: a) algunas posiciones clásicas en opinión pública; b) opinión pública y propaganda política; c) ideología y opinión pública; y d) ideología y medios de comunicación.

Bibliografía Básica:

Young, K. (op.cit.) (pp. 100-109, 195-236)
Fernández, F. y Yépez, M. (op.cit.) (pp.125-40)
Moragas, M. (1992) **Sociología de la comunicación de masas,** Barcelona. Gustavo Gili (pp. 388-430)
Luhmann, N. (2000) (op.cit) (66-92)
Rivadeneira, R. (op.cit.) (pp. 75-124 y 135-164)

Bibliografía Complementaria:

Cossio, C. (1973) **La Opinión Pública.** Buenos Aires: Paidós.

-Domenech, J.M. (1973) **La Propaganda Política.** Buenos Aires: Paidós.

TEMA IV. FORMACION DE LA OPINION PÚBLICA Y MEDIOS DE EXPRESIÓN

Objetivo específico:

Que el(la) estudiante conozca cómo se forma la opinión pública como un proceso social, analizando la participación que tienen los distintos medios de comunicación y el proceso de recepción, así como el efecto de la información colectiva en la construcción de la opinión pública.

- 4.1 Medios masivos de Información en México: a) televisión, b) periódico, c) radio, d) cine, e) otros: internet, video, pintas.
- 4.2 Procesos de recepción de los medios : público y privado
- 4.3 Representación social, comunicación social
- 4.4 Influencia, comunicación alternativa y poder.
- 4.5 Rumor y liderazgo
- 4.6 Ideología.

Bibliografía Básica.

- Rivadeneira, R. (op.cit.) (pp. 53-64, 165-184)
Young, K. (op.cit.) (pp.110-194)
Prieto, D. (1991). **Discurso Autoritario y Comunicación Alternativa**. México: Premia. (pp.52-74).
Moragás, M. (op. cit) (pp.12-28)
Orozco, G. (Coord.) (1994). **Televidencia, Perspectivas para el Análisis de los Procesos de Recepción Televisiva**. México: Univ. Iberoamericana. (pp.9-28, 69-88).
Moscovici, S. (1978). **El Psicoanálisis, su Imagen y su Público**. Caracas: Huemul. (Cap. I)

TEMA V. ALGUNAS TECNICAS DE ANALISIS DE LA OPINION PUBLICA.

Objetivo Específico:

Que el(la) estudiante conozca, aplique y analice técnicas como: el análisis de contenido, redes semánticas, análisis hemerográfico, foro grupal y encuesta de opinión, estudiando para tal efecto fenómenos de opinión pública.

Bibliografía Básica:

- Casasus, J.M. (1972) **Ideología y Análisis de los Medios**. Barcelona. Dopesa. (Cap. 1 y 3)
Olvera, M. (1987). **La Discusión Grupal**. Buenos Aires: Argentina y Pros (pp.1-38)
Festinger, L. y Katz D. (1972). **Los Métodos de Investigación en Ciencias Sociales**. Buenos Aires: Paidós. (pp. 31-64)

MÉTODO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE

Lectura y análisis individual de textos vía preguntas duda, preguntas crítica y/o comentario
Discusión grupal de temáticas y/o preguntas clave del profesor.
Exposición individual o grupal de una temática
Cátedra crítico-comunicativa del profesor

CRITERIOS DE EVALUACIÓN

Reportes de lectura
Participación y entrega de conclusiones grupales
Evaluación de exposición
Exámenes
Entrega de reportes de las prácticas.