Universidad Alberto Hurtado
Facultad Ciencias Sociales
Carrera Periodismo

Nombre de la actividad curricular:	**Comunicación Política y Opinión Pública**
Código:	**5558**
Créditos:	5
Carácter:	Obligatorio
Prerrequisitos:	Admisión
Tipo:	**Curso**

Horas cronológicas de dedicación: 8 **Docencia directa:** 1,5 **Trabajo autónomo:** 3,5

I. DESCRIPCIÓN

Comunicación Política y Opinión Pública es una actividad curricular que indaga las diversas problemáticas que surgen a partir de la interacción entre medios, gobernantes y ciudadanía. Consecuentemente busca propiciar un entendimiento de dicha articulación o competencia entre los actores por liderar o influenciar la opinión de otros sobre los asuntos de interés de la sociedad. Así, la aproximación del curso es teórico-práctico permitiendo una reflexión acerca de estructuras y agentes en una arena de contienda por establecer determinados significados de la realidad política, económica y social. El curso por tanto se apoya y profundiza en las principales fuentes teóricas de la comunicación política y el estudio de la opinión pública, con el fin de contribuir al perfil de egreso del estudiante de Periodismo, quienes "investigan fenómenos de interés público para informar y generar contenidos en diversos formatos y soportes tecnológicos".

Esta actividad curricular se inserta en la línea Disciplinar Teórica y Comunicación, ubicándose en el Ciclo de Profesional (sexto semestre del plan de estudios), Área de formación disciplinar y profesional, (formación de profundización disciplinar y/o profesional).

II. PROPÓSITOS DE APRENDIZAJE

Al finalizar la actividad curricular el estudiante será capaz de:

- Comprender y problematizar las relaciones existentes entre medios de comunicación, instituciones políticas y ciudadanos en un sistema democrático.
- Analizar el rol de los medios de comunicación como instituciones insertas en relaciones de poder.
- Identificar debates centrales para la comunicación política contemporánea.
- Conocer discusiones históricas y contemporáneas respecto del significado de la opinión pública y las investigaciones que aspiran a representarla.
- Aplicar destrezas comunicacionales y reflexivas en torno a los estudios de opinión más divulgados en Chile, su utilidad y sus aspectos controvertidos o susceptibles de mejorar.

III. CONTENIDOS

Los contenidos que se desarrollarán en esta actividad curricular son:

UNIDAD 1: MEDIOS, ESFERA PÚBLICA Y DEMOCRACIA

- Esfera pública, modernidad y opinión pública
- El rol de los medios de comunicación en la teoría democrática
- Medios de comunicación y la transformación de la visibilidad
- Medios, propaganda y construcción de agendas

UNIDAD 2: DEBATES CONTEMPORÁNEOS EN COMUNICACIÓN POLÍTICA

- Mediatización de la política
- Actores políticos y subsidios informativos
- Marketing político: campañas electorales y campañas permanentes
- Personalización de la política y las consecuencias de la política espectáculo
- Grupos de interés y activismo en redes sociales

UNIDAD 3: OPINIÓN PÚBLICA Y SU REPRESENTACIÓN

- Origen y evolución histórica del concepto de opinión pública
- Teorías de la opinión pública y las implicancias de esta disciplina en la vida social y política
- Cómo se estudia la opinión pública: estudios electorales, encuestas, sondeos de opinión, estudios de mercado
- Crisis y crítica de la opinión pública
- El rol de los medios en la construcción de la opinión pública
- La opinión pública en internet y redes sociales

UNIDAD 4: OPINIÓN PÚBLICA EN CHILE

- El mercado de la opinión pública en Chile: desarrollo y actores principales
- Tratamiento informativo de los estudios de opinión en medios nacionales
- Estudio de casos

IV. METODOLOGÍA

Esta actividad curricular contempla la realización de clases expositivas y presentaciones de casos para generar dinámicas de análisis crítico grupal e individual en los estudiantes. Además, se trabajará con visionado de videos, lectura de textos académicos y de prensa para promover el análisis grupal de temas de agenda pública.

V. EVALUACIÓN DE APRENDIZAJES

Esta actividad curricular será evaluada a través de trabajos grupales de análisis de casos, además de controles de contenidos y la escritura de un ensayo utilizando como base la bibliografía básica y complementaria.

VI. RECURSOS PEDAGÓGICOS

Bibliografía básica

- Cordero, Rodrigo (Ed.), (2009). La sociedad de la opinión. Reflexiones sobre encuestas y cambio político en democracia. Santiago: Ediciones Universidad Diego Portales.
- Crespi, Irving, (2000). El proceso de opinión pública. Cómo habla la gente. Ariel: Barcelona.
- Canel, María José, (2006). Comunicación política: una guía para su estudio y práctica (2ª edición). Madrid: Editorial Tecnos.

Bibliografía complementaria

- Noelle-Neumann, Elisabeth, (1995). La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social. Barcelona: Paidós.
- Wolton, Dominique (2007). Pensar la Comunicación. Buenos Aires: Prometo Libros.
- Habermas, Jurgen. (1986). "La esfera de lo público", en Francisco Galván Díaz (comp.), Touraine y Habermas, Ensayos de teoría social. UP / UAM Azcapotzalco. México, pp. 123-130.
- Thompson, J. B. (1996). La teoría de la esfera pública. En Voces y Cultura, N° 10, Barcelona: pp. 1-12.

- Fraser, N. (1999). Repensando la esfera pública: una contribución la crítica de la democracia actualmente existente. Ecuador Debate, pp. 139–174.
- Cordero, R., & Marin, C. (2006). Los Medios Masivos y las Transformaciones de la Esfera Pública en Chile. Santiago: Documentos de Trabajo ICSO-UDP (Vol. 7).
- Thompson, J. B. (1998). Los media y la modernidad. Madrid: Paidós.
- Strömbäck, J. (2008). Four Phases of Mediatization: An Analysis of the Mediatization of Politics. The International Journal of Press/Politics, 13(3), 228–246.
- Maarek, P. (1997). Marketing Político y Comunicación: claves para una buena información política. Madrid: Editorial Paidós.
- Scammell, Margaret. (2014). The Marketing of Politics. Cambridge: Cambridge University Press.
- Arriagada, Arturo y Navia, Patricio (2013) (Eds.) Intermedios: Medios de Comunicación y Democracia en Chile. Ediciones Universidad Diego Portales.
- Dahlgren, Peter. (2015). "Participación Y Democracia Alternativa." Infoamérica: Iberoamerican Communication Review 9 (0): 5–16.
- Dahlgren, Peter (2011). Jóvenes y participación política. Los medios de la red y la cultura cívica. Telos : Revista de pensamiento sobre tecnología y sociedad: oct-dic (89) 1-12.
- Glynn, Carroll y otros (2016). Public Opinion (3rd ed.) Boulder CO: Westview Press.