



Programa de
 Sociología Especial **Opinión Pública**
 Plan 2009
 Licenciatura en Sociología
 Ciclo Avanzado
 Edición 2023

1. Docentes: Ma. Julia Acosta (responsable), Eduardo Bottinelli (asistente) y Sebastián Aguiar (asistente)

2. Créditos: 8

3. Régimen de cursado: Presencial

4. Carga y distribución de horas estimada:

Actividad		Hs. estimadas
Con supervisión docente presencial	Horas presenciales aula	45
	Aula virtual con presencia docente	0
	Otros (Especificar)	0
Sin supervisión docente presencial	Estudio autónomo	35
	Tarea consignada por el equipo docente fuera de horario presencial (grupal, individual, actividades EVA)	10
	Trabajo de campo	15
	Trabajos finales fuera del itinerario presencial	15
	Otros (Especificar)	0
Horas totales de la actividad curricular		120



5. Conocimientos previos recomendados:

Principales corrientes y categorías teóricas en ciencias sociales, bases de técnicas de investigación y de diseño metodológico. Herramientas informáticas.

6. Objetivos de enseñanza y aporte al módulo que integra la UC

Los estudios de opinión pública son un campo fundamental en las ciencias sociales y de enorme interés para la sociología en términos teóricos, temáticos, prácticos, profesionales.

Teóricos porque la discusión sobre la “esfera pública” con ilustres exponentes como Habermas o Arendt, es central en la disciplina. También porque el análisis de la opinión pública se desprende de las lógicas de análisis fundadas por Quetelet y Durkheim sobre el comportamiento estadístico de las dinámicas sociales que dieron origen a la sociología, renovadas por las reflexiones en torno a la formación de opinión de Merton y Lazarsfeld, entre otros.

Desde estas producciones fundacionales, el área de opinión pública implica numerosas discusiones más específicas, ya temáticas, que tienen lugar en las últimas décadas en revistas académicas especializadas, con importantes conceptos desarrollados en el área (desde la espiral de silencio hasta el enmarcado o framing, sólo como algunos ejemplos), que hacen, además, a una concepción del Estado, de la democracia, de la discusión pública.

En términos prácticos, la discusión se acompaña de un enorme desarrollo metodológico, particularmente dinámico en la actualidad. Formas de medición ya consolidadas, como las encuestas presenciales o telefónicas o los grupos focales, que continúan siendo vigentes, se complementan con otras como las encuestas online, los experimentos presenciales y vía redes, y a ello se agrega la aparición de nuevas formas de análisis, de texto, de redes sociales, basados en big data, georreferenciado, escalamientos multidimensionales.

Todos estos elementos, a la vez que ordenar los contenidos del seminario, contribuyen a evidenciar el interés del curso y explicitar su basamento teórico, sustantivo y metodológico. Pero un argumento fundamental para el dictado del mismo y su inclusión en el módulo de Sociologías especiales, es de orden “profesional”. Hace ya demasiado tiempo que la formación en sociología no incluye aspectos directamente relacionados con una de las principales áreas de inserción laboral de las y los licenciados. Muchas y muchos de ellos se desempeñan en empresas consultoras o realizan a lo largo de su trayectoria investigaciones de opinión pública y es necesario que se incluyan en la carrera espacios de formación específicos: esta sociología especial busca cubrir ese



hueco. Además del genuino interés teórico, de la importancia de la discusión temática y de la incorporación de elementos metodológicos pues, la propuesta se sostiene en la importancia de que el tema forme parte de nuestro currículo.

Específicamente se busca:

- Discutir el concepto de opinión pública como objeto de la sociología. Presentar el origen y evolución histórica del concepto.
- Brindar elementos teóricos y metodológicos para el abordaje de la opinión pública en el Uruguay. Junto a esto, se reparará en algunas técnicas usadas como por ejemplo las encuestas de opinión, los grupos de discusión, entrevistas en profundidad, así como en el uso de datos masivos y su análisis, entre otras.
- Presentar abordajes recientes sobre el tema, centrados en una resignificación del espacio de lo público a partir del estudio de la opinión pública en las redes sociales lo cual se ve facilitado por las bondades de la digitalización y la existencia de datos masivos. A su vez, se abordarán los principales desafíos que esto representa para la sociología y su relación con otras disciplinas.

7. Contenidos y organización del curso:

Módulo 1 - Orígenes y nacimiento de la opinión pública. Construcción del objeto.

El primer módulo del programa tiene como objetivo introducir a los orígenes y el nacimiento del concepto de opinión pública y el estudio de su comportamiento. Se buscará recorrer a partir de textos fundacionales los distintos conceptos vinculados a la opinión pública, la construcción de la opinión pública como objeto de investigación y las distintas técnicas utilizadas para el estudio del objeto de estudio. Se presentarán las teorías clásicas de la opinión pública y elementos metodológicos para su estudio.

Módulo 2: Ciudadanos y consumidores: comunicación, publicidad y consumo.

En este apartado se presenta la relación entre Comunicación, Publicidad y Consumo y su vínculo con la opinión pública. De una parte, el uso de los estudios de mercado y de opinión y su relevancia para la toma de decisiones comerciales/marketing, de los estudios sociales de opinión en la planificación y la evaluación de programas sociales, y de los estudios político-electorales en la agenda pública y en las campañas electorales. De otra parte, se presentarán las principales críticas al respecto.



Módulo 3 - Pensar en el elefante. Algunos conceptos de opinión pública y política.

En torno a la noción de opinión pública, tan central en las sociedades modernas, se ha desarrollado una importante acumulación conceptual. Así, nociones ya casi clásicas como la "fijación de agenda", el "efecto de la tercera persona", las perspectivas del "enmarcado", la "espiral de silencio", la teorías de los "valores posmateriales", los "componentes afectivos", el análisis de "sentimientos", invitan a reflexiones contemporáneas e insoslayables. Se presentarán discusiones actuales en revistas especializadas como el International Journal of Public Opinion Research y el Public Opinion Quarterly y la Revista Latinoamericana de Opinión Pública.

Módulo 4 – El estudio de la opinión pública en Uruguay. Elementos teóricos, aplicados, empíricos, prácticos.

Este apartado repasa la evolución que han tenido los estudios de opinión pública en Uruguay, profundizando en los cambios producidos en el comportamiento electoral y de los posicionamientos de la opinión pública en distintos aspectos de la vida social. Se trabajará con bibliografía general y en forma práctica con estudios específicos cuantitativos y cualitativos sobre temáticas de discusión pública en la sala de informática. Además, participarán del módulo referentes de empresas y espacios que desarrollan estudios de opinión pública, que presentarán elementos conceptuales y prácticos del ejercicio profesional.

Módulo 5: Nuevo espacio público: redes sociales y datos masivos.

El módulo se centra en la emergencia de nuevas problemáticas y espacios de debate facilitados por internet y la realidad virtual. La aparición de nuevas tecnologías como los dispositivos móviles y las redes sociales produce un cambio en la forma en la que se suceden los fenómenos sociales. Asimismo posibilita conocer en tiempo real las emociones, intenciones, expresiones, y acciones de los usuarios, disponibles al acceso público. Surgen nuevos abordajes para el estudio de temáticas de opinión pública diversas que "coexisten" en las redes sociales, y que se extienden en un espacio virtual y global. Se reflexionará sobre los desafíos que esto acarrea para la constitución del objeto sociológico y la necesidad de interdisciplina para su abordaje. En este sentido, también se discuten aspectos éticos y de la calidad de los datos disponibles (sesgos algorítmicos, acceso a redes de distintos segmentos de la población, entre otros)



8. Método de enseñanza.

Aprendizaje basado en problemas	X
Proyectos	
Exposición	X
Debate/Coloquio	X
Prácticas/Laboratorios (demostración, aplicación, resolución de ejercicios y problemas)	X
Talleres	
Seminarios	
Tutorías	
Salidas de campo	X
Otros métodos	

- El curso distingue entre grupos teóricos y grupos prácticos - NO

Descripción:

El curso funcionará como un seminario. Centralmente, articulará momentos expositivos y presentación de textos con instancias de discusión y debate.

Además, se prevén tres tipos de actividades específicas. Por una parte, participarán diferentes invitados con experiencia en el campo, que presentarán elementos conceptuales, prácticos y profesionales. Por otra parte, algunas clases se desarrollarán en la sala de informática, analizando material empírico cuantitativo y cualitativo de estudios de opinión pública recientes. Además, se desarrollará durante el curso una breve encuesta telefónica, diseñada en el aula, para dar cuenta de aspectos prácticos de diseño, implementación y análisis.



9. Sistema de evaluación. Marcar las que se prevea utilizar y describir

Actividad	Peso relativo	Descripción (formativa, control de lectura, etc)
Evaluación presencial		
Ev. domiciliaria individual		
Ev. domiciliaria grupal	40%	Primer parcial: Trabajo grupal en base a preguntas teóricas, diseño de cuestionario y aplicación de 10 encuestas cada integrante del grupo
Presentaciones/participación en aula	10%	
Informes/trabajo final/Monografía	50%	Segundo parcial: Informe final basado en la práctica de relevamiento o en bases de datos de otros estudios
Tareas en EVA		
Otras actividades (describir)		

Para la aprobación del curso se requiere:

Asistencia mínima al 75% de las clases dictadas.

Alcanzar un mínimo de calificación de 7 en el promedio de las dos evaluaciones parciales, presentadas en el cuadro arriba.

Quienes obtengan notas en el rango entre 3 y 6 pueden reformular el trabajo final.



10. Bibliografía

Aguiar César, Jorge Lanzaro (coord.) (2018) Política y sociedad en el Uruguay. Recopilación de trabajos, Montevideo. cesar.aguiar.org Módulo II Opinión Pública.

Aruguete, N. (2022). Habitar el nuevo entorno mediático-digital. In *Mediaciones De La Comunicación*, 17(1), 17-26. <https://doi.org/10.18861/ic.2022.17.1.3226>

Bottinelli Oscar y Buquet Daniel (2010) "El aborto en la opinión pública uruguaya" MYSU, Montevideo.

Bourdieu, P. (1992), La opinión pública no existe, en *Debates en Sociología* N°17, pp. 301-311.

Calvo, E. (2015). Anatomía política de Twitter en Argentina. Buenos Aires: Capital Intelectual.

Castells, M.I (1996) La cultura de la virtualidad real: La integración de la comunicación electrónica, el fin de la audiencia de masas y el desarrollo de las redes interactivas en Biblioteca Virtual de Ciencias Sociales www.cholonautas.edu.pe

Cea D' Ancona M. Á. (2004). Métodos de encuesta. Teoría y práctica errores y mejora. Editorial Síntesis, Madrid.

Cervantes Barba, C. (2001). La sociología de las noticias y el enfoque agenda setting. *Convergencia*, 24, 49-65.

D'Adamo, Orlando et. al. (2007) Medios de comunicación y opinión pública. Madrid, McGraw-Hill.

Davison, W. P. (1983). The third-person effect in communication. *Public Opinion Quarterly*, 47, 1-15.

Demirdjian L. A. (2011). Una mirada a los clásicos. La Escuela de Columbia, los efectos de los medios y su impacto en los actuales estudios de opinión. *Comunicación y sociedad*, (16), 185-200.

Gallup, George (1957) - The Changing Climate for Public Opinion Research. *Public Opinion Quarterly*, vol. 21, iss. 1

García, Ana Pamela. (2014) El problema de la opinión pública en el pensamiento sociológico de Habermas, Luhmann y Bourdieu: disquisiciones políticas, comunicacionales e ideológicas sobre un fenómeno ¿democrático? *Revista Temas Sociológicos* N° 18 · 2014 · pp. 143 - 174

Goffman, E. (2006). *Frame Analysis: los marcos de la experiencia*. Barcelona: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Habermas J., (1982) *Historia y crítica de la opinión pública*. México: Ed. Gustavo Gilli.

Hyman, Herbert H. (1957) - Toward a Theory of Public Opinion. *Public Opinion Quarterly*, vol. 21, iss. 1,





Inglehart R. (1997) Modernization and postmodernization: cultural, economic and political change in 43 societies. Princeton, NJ: Princeton University Press.

Lakoff, George. (2007) No pienses en un elefante. Editorial Complutense, Madrid.

Lazarsfeld P. (1952). The election is over. Public Opinion Quarterly, Nº 53. Traducido en Moragas, Miguel. Sociología de la comunicación de masas. Gustavo Gili, Barcelona, 1985

Lazarsfeld, Paul F. (1957) Public Opinion and the Classical Tradition. Public Opinion Quarterly, vol. 21, iss. 1,

Luhmann, N. (2009) La política como sistema. Capítulo VIII Opinión Pública. México: Editorial Universidad Iberoamericana/Colección Teoría Social.

Luhmann, Niklas (2000). La realidad de los medios de masas. Anthropos editorial, Barcelona

Mieres Pablo ed. (2015) La campaña electoral 2014 en Uruguay: evolución del voto y del sistema de partidos. Fundación Konrad Adenauer, Universidad Católica del Uruguay, Montevideo. (Textos de Bottinelli O, González Luis Eduardo y Zuasnábar).

Murphy, J. et al. (2014) Social Media in Public Opinion Research: Report of the AAPOR Task Force on Emerging Technologies in Public Opinion Research.

Noelle-Neumann, Elisabeth (2010) Turbulencias en el clima de opinión: Aplicaciones Metodológicas de la Teoría de la Espiral del Silencio. CIC. Cuadernos de Información y Comunicación, vol. 15, 2010, pp. 301-318. Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España

Sennet, R (2002) . La nueva cultura del capitalismo. Alianza.

Serna, Miguel (2010) "El (in) esperado resultado del plebiscito contra la ley de caducidad: voto temeroso y conservadurismo en Uruguay" en Organizadores: Susana Mallo, Nilia Viscardi Seguridad y miedos. Qué ciudadanía para los jóvenes FCS, UDELAR, Montevideo

Torcal, Mariano (2001) "La desafección en las nuevas democracias del sur de Europa y Latinoamérica en Revista del Instituto Internacional de Gobernabilidad, PNUD, Edición n 8 y 9, mayo, 2001.

Donsbach, Wolfgang y Traugott, Michael (2007) The SAGE Handbook of Public Opinion Research, SAGE.

Zuasnábar Ignacio (2018) "Treinta años de opinión pública en el Uruguay", Fundación Konrad Adenauer, Montevideo.