

TITULACIÓN: GRADO EN PERIODISMO

1. DATOS BÁSICOS DE LA ASIGNATURA

Nombre: **OPINIÓN PÚBLICA**

Curso: TERCERO

Semestre: PRIMERO

Tipo (Formación Básica/Obligatoria/Optativa): Optativa

Horas de clase semanales: 4

Créditos totales (ECTS): 6

Año del Plan de Estudio: 2010

Profesor: Joaquín Galindo Ramírez

Dirección electrónica: joaquin.galindo@eusa.es

2. DESCRIPTORES

La asignatura de “Opinión Pública” se enmarca en el tercer curso del Grado en Periodismo y pretende dotar al alumnado de conocimientos teóricos y prácticos para el análisis de la opinión pública, una cuestión esencial para el desarrollo adecuado de la profesión periodística en las sociedades contemporáneas.

Los contenidos de la asignatura desarrollan el concepto de opinión pública a través de su recorrido histórico, las principales teorías y perspectivas que lo fundamentan, las estrategias que permiten su conformación, su interrelación con los medios de comunicación, así como las herramientas teóricas y metodológicas necesarias para su medición y análisis.

3. SITUACIÓN

Conocimientos y destrezas previos:

Conocimientos básicos en las áreas de historia, filosofía y economía.

Manejo básico de programas informáticos para la ejecución de tareas: Word, Power Point/Canva/Genially.

Recomendaciones y consejos de interés:

Disponer de dispositivo electrónico (ordenador o tablet).

Seguimiento activo y progresivo de los contenidos en clase.

Adaptaciones para estudiantes con necesidades especiales:

El desarrollo del curso y de los contenidos de la asignatura tiene lugar de forma dinámica y recíproca entre profesorado y alumnado, lo que posibilita la atención específica a las necesidades especiales de estudiantes.

4. OBJETIVOS Y COMPETENCIAS

OBJETIVOS

- 1) Conocer y manejar los principales conceptos y teorías sociológicas aplicadas al estudio de la opinión pública, del papel de los medios de comunicación en la modulación de la opinión pública, de los líderes de opinión y de las diferencias de opinión de las regiones según características demográficas.
- 2) Revisar e interpretar críticamente los grandes debates civilizatorios y la evolución histórica de las temáticas que confrontan a las sociedades y a los sectores sociales que las componen.
- 3) Poner en práctica las herramientas de elaboración de y análisis de datos e información de opinión (debates, encuestas, contenidos en medios de comunicación) referida a poblaciones y cuestiones de interés público.
- 4) Adquirir una capacitación básica en diagnósticos y análisis de opinión pública; así como en diseño participativo de campañas (objetivos y estrategias) de sensibilización de opinión pública y de refuerzo de corrientes de opinión impulsoras de cambios sociales para el bien común.

COMPETENCIAS

Competencias Transversales Genéricas (G)

G01.- Saber aplicar los conocimientos básicos de la asignatura a su trabajo o vocación de una forma profesional y poseer las competencias; que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro del mundo de la comunicación y el periodismo.

G02.- Capacidad para reunir e interpretar datos relevantes para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

G03.- Poder transmitir información, ideas, problemas y sus soluciones, de forma oral o escrita, a un público tanto especializado como no especializado.

G04.- Haber desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

G05.- Saber utilizar herramientas de búsqueda de recursos documentales y bibliográficos.

Competencias Específicas (E)

E09.- Capacidad de reflexionar sobre la comunicación, no solo como práctica profesional, sino también a propósito de su papel, trascendencia, proyección y consecuencias en los terrenos de lo individual, lo social, cultural y político.

E22.- Capacidad y habilidad para distinguir la intencionalidad de un mensaje comunicacional.

E24 Capacidad y habilidad para comprender las articulaciones de intereses en la historia a partir de textos discursivos y audiovisuales.

E28.- Capacidad para leer y analizar textos y documentos especializados de cualquier tema relevante y saber resumirlos o adaptarlos mediante un lenguaje o léxico comprensible para un público mayoritario.

E39.- Comprensión de los datos y de las operaciones matemáticas efectuadas con algunos de ellos de uso corriente en los medios de comunicación y capacidad y habilidad para saber utilizar datos y estadísticas de manera correcta y comprensible para la divulgación mayoritaria.

5. CONTENIDOS O BLOQUES TEMÁTICOS

El siguiente índice presenta los principales temas de estudio sobre la opinión pública, que serán desarrollados a lo largo del curso.

- TEMA 1. Concepto de Opinión Pública.
- TEMA 2. Cambio de la Opinión Pública en la historia.
- TEMA 3. Análisis de la Opinión Pública actual.
- TEMA 4. La opinión según las características socio-demográficas.
- TEMA 5. La Opinión Pública según el hábitat de residencia.
- TEMA 6. La influencia de los medios de comunicación en la Opinión Pública.
- TEMA 7. Líderes de opinión y campañas de sensibilización.

6. TEMARIO DESARROLLADO

El temario desarrollado que se muestra a continuación se corresponde con los contenidos que se impartirán de forma progresiva a lo largo del curso en diferentes sesiones, alternándose las exposiciones del profesor con actividades específicas de carácter práctico y evaluativo.

TEMA 1. Concepto de Opinión Pública

- a) Precedentes históricos de la opinión pública.
- b) Surgimiento de la opinión pública.
- c) Conceptos de público, masa y liderazgo.
- d) Actores y grupos implicados en la opinión pública

TEMA 2. Cambios de la Opinión Pública en la Historia

- a) Evolución conceptual de la opinión pública.
- b) Teorías críticas sobre la opinión pública.
- c) La construcción social de las opiniones

TEMA 3. La influencia de los medios de comunicación en la Opinión Pública

- a) Medios de comunicación y opinión pública
- b) Teorías de los Efectos de los Medios de Comunicación.
- c) Teorías Normativas de los Medios de Comunicación.

TEMA 4. Análisis de la Opinión Pública actual

- a) Sondeos y estudios actitudinales
- b) Debates y tertulias sobre la opinión pública
- c) La influencia de las redes sociales sobre la opinión pública

- d) Fake news y posverdad.

TEMA 5. La opinión según las características socio-demográficas y el hábitat de residencia

- a) El estudio de características sociales en la opinión pública.
b) Fuentes y técnicas para la investigación de la opinión pública.
c) Conformación de perfiles y estereotipos de opinión.

TEMA 6. Líderes de opinión y campañas de sensibilización

- e) Líderes de opinión y marketing político.
f) Diseño de una campaña de opinión o sensibilización pública.
g) El método AIDA.

7. METODOLOGÍA Y TÉCNICAS DOCENTES

La metodología que vertebrará la asignatura se basa en la construcción de conocimiento colectivo entre el profesor y el alumnado mediante la aplicación de contenidos teóricos y prácticos compartidos en clase, en busca de un aprendizaje significativo y relevante que relacione sus motivaciones y concepciones con su papel preponderante en la generación de opinión pública en tanto que profesionales de la comunicación.

Los contenidos serán expuestos y explicados por el profesor para la correcta adquisición de las competencias necesarias, las cuales serán puestas en práctica mediante la participación activa en clase y la ejecución de análisis críticos individuales de los temas propuestos en las distintas pruebas que comprenda la evaluación.

En esta línea, la dinámica de clases se desarrollará de la siguiente forma:

- Exposiciones teóricas en las que el profesor explicará pormenorizadamente los contenidos para la correcta comprensión de los mismos y en los que se valorará la participación activa del alumnado.
- Aplicación práctica por parte del alumnado mediante la realización de debates, prácticas o comentarios acerca de materiales propuestos por el profesor (lecturas, productos audiovisuales, redes sociales...) que tratarán sobre temas que afecten actualmente a la sociedad y que jugarán un papel esencial en el desarrollo del curso.
- Trabajo individual en el que se desarrollará la capacidad crítica ante los temas que influyen sobre la opinión pública, propuestos por el profesor. Para ello, se ejercerá una labor de tutorización por parte del docente para el fomento de las competencias y objetivos propuestos por la asignatura.

En consonancia con lo expuesto, la asistencia a clase supone un elemento crucial en el seguimiento y la evaluación de la formación que propone la asignatura, tanto por la comprensión teórica de los contenidos como por su aplicación práctica a los problemas o fenómenos de la actualidad que se estudiarán durante el curso.

8. TÉCNICAS DE EVALUACIÓN

La evaluación de la asignatura contemplará dos modalidades:

- **Modalidad A**, para los alumnos que cumplan con el 75% de la asistencia: en la línea de la metodología propuesta, la evaluación del alumnado que asista regularmente a clase comprenderá diferentes instrumentos de evaluación:
 - Prácticas individuales: diferentes prácticas segmentadas en el tiempo en las que se trabajen de forma específica los contenidos que comprenden el temario y su aplicación práctica sobre la opinión pública. Estas tareas serán orientadas por el profesor en virtud de lecturas o materiales que serán trabajados y discutidos en clase y supondrán el 40% de la nota final.
 - Trabajo final: un trabajo en el que el alumnado desarrolle un tema de relevancia para la opinión pública para su interpretación y análisis en virtud de los contenidos estudiados. Este trabajo será consensuado y tutorizado por el docente, será presentado de forma oral en clase y supondrá un 40% de la nota final.
 - Participación y colaboración activa en clase con el conocimiento colectivo propuesto: intervenciones y comentarios del alumnado que manifiestan la motivación y el aprendizaje significativo de la asignatura a partir de debates y puestas en común de los materiales propuestos durante el curso. Este instrumento de evaluación consistirá en un 20% de la nota final.

En dicha modalidad, la evaluación responderá a una retroalimentación con el alumnado con el fin de estimular su consciencia y papel activo en la consecución de los objetivos y competencias propuestos por la asignatura que han de alcanzar.

- **Modalidad B**, para el alumnado que no cumpla con el 75% de la asistencia a clase: en este caso, el 100% de la nota resultará de un único instrumento de evaluación consistente en un examen que comprenderá todos los contenidos de la asignatura, desde un punto de vista teórico y práctico.

Segunda y Tercera Convocatoria

Para la segunda y tercera convocatoria será necesario realizar un examen escrito final que comprenderá todos los contenidos de la asignatura desde un punto de vista teórico y práctico y que se corresponderá con el 100% de la nota final.

9. BIBLIOGRAFÍA Y OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN

Específica

- CRESPO MARTÍNEZ, I. (2016). *Manual de herramientas para la investigación de la opinión pública*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- LIPPMANN, W. (2003). *La opinión pública*. Madrid: Cuadernos de Langre.
- ROJO, T. (2019): *La opinión pública*. Sevilla: Síntesis.

General

- BAUER, W. (2009). *La opinión pública y sus bases históricas*. Santander: Universidad de Cantabria.
- BENEYTO, J. (1969). *La opinión pública: teoría y técnica*. Madrid: Tecnos.
- CARRILLO, E., TAMAYO SAEZ, M. y NUÑO GÓMEZ, L. (2013). *La formación de la agenda pública: análisis comparado de las demandas de hombres y mujeres hacia el sistema político en España*. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.
- CASTELLS, M. (2010). *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- CAPELLÁN, G. (ed.). (2008). *Opinión Pública: historia y presente*. Madrid: Editorial Trotta, Madrid.
- COLLER, X. et al. (2016). *El poder político en España: parlamentarios y ciudadanía*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- FRACASSETTI, L. (2010). *La opinión pública*. Santander: Universidad de Cantabria.
- FONT FÀBREGAS, J. y PASADAS DEL AMO, S. (2016). *Las Encuestas de Opinión*. Madrid: Los Libros de la Catarata.
- GONZÁLEZ RADIO, V. (2005). *La Opinión Pública*. Santiago de Compostela: Tórculo Ediciones.
- HABERMAS, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- HERNÁNDEZ SÁNCHEZ, A. (2008). *Sociología de la Opinión Pública*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- LAKOFF, G. (1996.). *Moral Politics. What conservatives know that liberals don't?* Chicago: University of Chicago Press.
- LÓPEZ PINTOR, R. (1963). *La opinión pública española del franquismo a la democracia*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- MARQUÉS PASCUAL, J. (2016). *Política y propaganda: medios de comunicación y opinión pública*. Barcelona: UOC.
- MONZÓN, C. (1990). *La opinión pública: teorías, concepto y métodos*. Madrid: Tecnos.
- MONZÓN, C. (2000). *Opinión pública, comunicación y política: la formación del espacio público*. Madrid: Tecnos.
- MORAGAS SPA, M. (1995). *Sociología de la Comunicación de Masas*. Barcelona: Gustavo Gili.
- MUÑOZ, K. (2012). *¿Cómo me han podido convencer?: las dimensiones sociales y culturales de la persuasión*. Barcelona: UOC.
- NIETO SORIA, J. et al. (2007). *Propaganda y opinión pública en la historia*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- NOELLE NEUMANN, E. (1995). *La espiral del silencio: opinión pública, nuestra piel social*. Barcelona: Paidós Ibérica.

- PRICE, V. (1994). *La opinión pública: esfera pública y comunicación*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- PROTESS, D. y MCCOMBS, M. E. (1991). *Agenda Setting: Readings on Media, Public Opinion, and Policymaking*. London: Routledge.
- RIVADENEIRA PRADA, R. (2002). *La opinión pública: análisis, estructura y métodos para su estudio*. México: Trillas.
- ROIZ, M. (2005). *Sociología de la comunicación y cultura de masas*. Madrid: Ediciones del Laberinto.
- RODRÍGUEZ URIBES, J. (1999). *Opinión pública: concepto y modelos históricos*. Madrid: Marcial Pons.
- RUIZ SAN ROMÁN, J. (1997). *Introducción a la tradición clásica de la opinión pública*. Madrid: Tecnos.
- SAUVY, A. (1971). *La opinión pública*. Barcelona: Oikos-tau.
- STOETZEL, J. y GIRARD, A. (1973). *Las encuestas de opinión pública*. Madrid: Instituto de la Opinión.

Otras fuentes de interés (direcciones web, etc.)

- Eurostat: www.ec.europa.eu/eurostat
- Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS): www.cis.es
- Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía (IECA): www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia
- Instituto de las Mujeres: www.inmujer.gob.es/MujerCifras/Home.htm
- Instituto Nacional de Estadística (INE): www.ine.es
- Ministerio de Trabajo y Economía Social: www.mites.gob.es/es/estadisticas/index.htm