

Información del Plan Docente

Año académico	2017/18
Centro académico	103 - Facultad de Filosofía y Letras
Titulación	272 - Graduado en Periodismo
Créditos	6.0
Curso	4
Periodo de impartición	Segundo Cuatrimestre
Clase de asignatura	Obligatoria
Módulo	---

1. Información Básica

1.1. Introducción

Breve presentación de la asignatura

El fenómeno de la creación, persuasión y manipulación de la Opinión Pública es una disciplina apasionante que interesa no sólo a los periodistas, sino también a los políticos, a los psicólogos sociales, sociólogos, economistas y a todos los ciudadanos, en general, dado que todos ellos forman parte de ella.

Para su existencia y desarrollo precisa de un sistema político democrático, en el que las libertades públicas estén garantizadas. No existe la Opinión Pública fuera de la Democracia, ni ésta sin aquélla.

La Opinión Pública se convierte por tanto en el destinatario y receptor de todos los procesos de comunicación sociales y mediáticos, cuya medición interesa a todos los agentes sociales. Los medios de comunicación de masas son los mediadores necesarios para su formación, de la que son responsables.

En la parte teórica se transita por algunas teorías dominantes y en la práctica, se podrán analizar y aplicar algunos de los conceptos aprendidos, tanto a título individual como grupal.

1.2. Recomendaciones para cursar la asignatura

Para cursar con éxito esta asignatura es recomendable tener una actitud crítica y pro-activa hacia los procesos comunicativos sociales y mediáticos referidos a la opinión pública e interés por conocer la influencia y los efectos de los medios en la Opinión Pública.

1.3. Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

La asignatura "Opinión Pública" se desarrolla a lo largo del segundo cuatrimestre de 4º curso, perteneciente al módulo formativo donde se hallan asignaturas como Teoría de la Información y de la Comunicación, que se imparte en 3º de grado, y Estructura de la comunicación (2º curso) en que se apoya. Se nutrirá, en menor medida, de una parte de la Sociología del Mundo Actual (1º Grado).

25336 - Opinión pública

Dado que todo el trabajo periodístico va dirigido y forma "Opinión Pública", su conocimiento dará sentido y valor al trabajo profesional. Todo periodista trabaja para los públicos, para las audiencias, para los lectores, para la "Opinión Pública", por lo que siempre habrá de tenerla en su horizonte. La "Opinión Pública" es también el receptor para el que trabajan los políticos, los dirigentes, o los creadores de arte. El público receptor que forma y conforma la "Opinión Pública" da sentido y valor al periodismo. El buen profesional del periodismo deberá trabajar siempre pensando en ella. Todo periodista tendrá que trabajar con datos estadísticos (bien sea en forma de sondeos de opinión, de intención de voto, u otros) por lo que conocer su funcionamiento básico, la interpretación de los datos así como las repercusiones políticas de su publicación, le resultarán de gran utilidad.

1.4. Actividades y fechas clave de la asignatura

- Presentación de la asignatura y formación de grupos. Semana 1.
- Descripción y análisis del Proceso de Opinión Pública. Semana 2-6.
- Entrega y Presentación de los Trabajos Prácticos en equipo mediante Power Point en Grupo a partir de la primera semana de mayo.
- Realización prueba teórica: semana 16.

2. Resultados de aprendizaje

2.1. Resultados de aprendizaje que definen la asignatura

El estudiante, para superar esta asignatura, deberá demostrar los siguientes resultados...

Conoce la aparición del fenómeno de la Opinión Pública

Es capaz de entender los procesos de formación de la Opinión Pública

Puede identificar las técnicas de persuasión de la Opinión Pública

Conoce la Teoría del muestreo: encuestas y sondeos de opinión

Conoce las técnicas de la medición de audiencias: audímetros

Es capaz de establecer la relación entre la Comunicación Política y la Opinión Pública.

Está capacitado para desempeñar un trabajo colaborativo

2.2. Importancia de los resultados de aprendizaje

El estudiante de Periodismo que cursa esta asignatura adquiere los conocimientos básicos para conocer profundamente al destinatario de su trabajo: la Opinión Pública. El periodista preocupado por el general una opinión pública formada e informada estará prestando un gran servicio a la sociedad, fomentando una ciudadanía crítica y responsable, capaz de ejercer un control social sobre todos los aparatos democráticos. Un país democrático necesita una Opinión Pública crítica. Trabajar con este objetivo hará grande la tarea del profesional de la información y de la comunicación. Estará

contribuyendo a lograr un mundo mejor.

3.Objetivos y competencias

3.1.Objetivos

La asignatura y sus resultados previstos responden a los siguientes planteamientos y objetivos:

La asignatura "Opinión Pública" tiene el objetivo general de presentar al estudiante el proceso de formación de la Opinión Pública a través de los Medios de Comunicación de Masas y de las redes sociales, así como las principales teorías existentes y sus métodos de investigación. Para el estudiante del Grado de Periodismo es una asignatura obligatoria, cuyo conocimiento sería igualmente necesario, aunque el diseño curricular no lo hubiera previsto así. Su conocimiento es crucial para cualquier profesional de medios de comunicación. Conocer los canales y métodos de acceder, generar y transformar la Opinión Pública resulta imprescindible para cualquier profesional o analista de medios. Desconocer la opinión Pública es ignorar al destinatario de los mensajes de los medios de comunicación social. Conocer las formas de medición de las audiencias permite poder analizar y comprender mejor a los destinatarios de los mensajes/noticias. Asimismo es un conocimiento no sólo útil, sino imprescindible para los estudios de mercados en todas sus facetas, tanto políticas (electorado), comerciales (consumidores) o sociales (ciudadanía). El periodista trabaja para la opinión pública a la que debe conocer y formar, con un sentido crítico y responsable, lo cual le obligará a ser un profesional igualmente crítico y responsable.

3.2.Competencias

Al superar la asignatura, el estudiante será más competente para...

E1 - Ser competente en la indagación y análisis de la realidad en sus diversos ámbitos (Político, jurídico, económico, jurídico, artístico, cultural, científico, tecnológico y deportivo).

E2 - Ser competente para la comunicación en los distintos géneros, lenguajes, soportes y tecnologías, integrado en los diferentes contextos y medios profesionales en los que se desarrolla la actividad periodística.

E2.1 - Capacidad para expresarse correcta y eficazmente en los diversos lenguajes y contextos.

E2.2.1 - Dominio de los procesos y técnicas de producción de contenidos informativos y de comunicación.

E2.2.2 - Conocimiento del contexto y medio de la actividad periodística.

E2.2.3 - Capacidad de trabajo autónomo y colaborativo .

4.Evaluación

4.1.Tipo de pruebas, criterios de evaluación y niveles de exigencia

El estudiante deberá demostrar que ha alcanzado los resultados de aprendizaje previstos mediante las siguientes actividades de evaluación

1ª Convocatoria

25336 - Opinión pública

Prueba de evaluación global

a) Características:

- 1) PRUEBA ESCRITA SOBRE EL PROGRAMA TEÓRICO (70%) basada en desarrollo de temas, (Duración: 2 h.) y
- 2) PRUEBA PRÁCTICA, basado en un trabajo en equipo, que será presentado públicamente por todos los estudiantes (30%) (Duración: 1 h).

b) Criterios de evaluación: se valorará tanto el conocimiento, la capacidad de relacionar, elaborar y sintetizar, así como la corrección en la redacción (sin errores ortográficos). En la presentación oral se valorará tanto la capacidad comunicativa verbal como la no verbal y la corrección oral y capacidad expositiva.

2ª Convocatoria

Prueba Global

a) Características:

- 1) PRUEBA ESCRITA SOBRE EL PROGRAMA TEÓRICO (70%) basada en desarrollo de temas, (Duración: 2 h.) y
- 2) PRUEBA PRÁCTICA, basado en un trabajo en equipo, que será presentado públicamente por todos los estudiantes (30%) (Duración: 1 h).

b) Criterios de evaluación: se valorará tanto el conocimiento, la capacidad de relacionar, elaborar y sintetizar, así como la corrección en la redacción (sin errores ortográficos). En la presentación oral se valorará tanto la capacidad comunicativa verbal como la no verbal y la capacidad expositiva.

5. Metodología, actividades, programa y recursos

5.1. Presentación metodológica general

El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en lo siguiente:

La asignatura tiene una naturaleza teórico-práctica-reflexiva. Los contenidos teóricos expuestos en distintas sesiones de clase expositiva, se aplicarán en debates en los que los alumnos se inicien en el análisis, síntesis y comparación de distintos discursos periodístico-políticos en todos los géneros informativos (artículos de opinión, editoriales noticias, reportajes, crónicas, entrevistas, etc.). Asimismo se analizarán sondeos de intención de voto, así como la repercusión política de su publicación.

Las tutorías facilitarán a los estudiantes las orientaciones necesarias que se soliciten para abordar las distintas actividades. No se descartan las clases magistrales-expositivas, en las que se explican los conceptos básicos sobre los que desarrollarán sus habilidades comunicativas.

5.2. Actividades de aprendizaje

El programa que se ofrece al estudiante para ayudarle a lograr los resultados previstos comprende las siguientes actividades...

- Clases teóricas.

- Clases prácticas.
- Trabajo y estudio personal.
- Pruebas o actividades de evaluación.

5.3. Programa

1. HISTORIA Y TEORÍAS DE LA OPINIÓN PÚBLICA

1.1 Introducción y antecedentes.

1.2 La Edad Moderna.

1.3. Aparición del término y formulación del concepto moderno.

2. CONCEPTO Y FUNDAMENTOS DE LA OPINIÓN PÚBLICA

2.1. Definiciones.

2.2. Visión positivista

2.3. Diferentes perspectivas de análisis: Habermas, Noelle Neumann, Luhmann,...

2.4. La opinión pública en la sociedad actual

3. LA SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN

3.1 Estudio de los efectos de los medios de comunicación.

3.2. El período de 1920 a 1960: los efectos persuasivos.

3.3 Las teorías del impacto directo.

4. LOS EFECTOS LIMITADOS, MODERADOS Y COGNITIVOS DE LOS MEDIOS .

4.1 La teoría de la influencia en dos pasos y la teoría de la exposición selectiva. El efecto refuerzo.

4.2 Los efectos indirectos, latentes y a largo plazo de los medios.

4.3 Los modelos de "difusión".

4.4 La hipótesis del "distanciamiento social".

4.5 La Teoría de "los usos y gratificaciones".

5. ETAPA CONTEMPORÁNEA DE LA INVESTIGACIÓN

5.1 La teoría de la Espiral del Silencio: La consonancia de los medios y el clima de opinión.

5.2. La Teoría Del Establecimiento de la Agenda: Priming y Framing.

6. METODOLOGÍA DE LOS SONDEOS DE OPINIÓN

6.1 Teoría del muestreo estadístico.

6.2 Tipos de muestreo

6.3 La preparación del cuestionario.

6.4 Tipos de preguntas y de entrevistas.

7. TRATAMIENTO PERIODÍSTICO REPERCUSIÓN POLÍTICA Y SOCIAL DE LAS ENCUESTAS

7.1 Los elementos mínimos de una ficha técnica.

7.2 Sesgos y vicios ocultos en las encuestas.

8. REDACCIÓN DEL CUESTIONARIO Y SU APLICACIÓN

8.1 Los peligros derivados de la proliferación de las encuestas

8.2 Repercusiones sociopolíticas del uso de las encuestas.

8.3 Repercusiones electorales de encuestas políticas.

5.4. Planificación y calendario

Calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos

Las clases se ajustarán al Calendario Académico aprobado por la Universidad.

Las fechas de las Pruebas Globales de Evaluación serán establecidas y publicadas por la Facultad.

Al principio de curso se informará del calendario de p las pruebas del sistema de Evaluación.

5.5. Bibliografía y recursos recomendados

- Dader, José Luis. El periodista en el espacio público / José Luis Dader . - 1ª ed. Barcelona : Bosch, 1992
- Opinión pública y comunicación política / Alejandro Muñoz Alonso... [et al.] Madrid : EUDEMA, 1992
- Price, Vincent. Opinión pública : esfera pública y comunicación / Vincent Price . - 1a. ed. Barcelona : Paidós, 1994

25336 - Opinión pública

- Rospir, Juan Ignacio. Opinión pública : la tradición americana, 1908-1965 / Juan Ignacio Rospir Madrid : Biblioteca Nueva, 2010
- Investigar en comunicación : guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación / coordinadores, M^a Rosa Berganza Conde, José A. Ruiz San Román; [autores] Carmen García Galera [et al.] Madrid, [etc.] : McGraw-Hill, D.L. 2005
- Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales / editores: Juan Manuel Delgado y Juan Gutiérrez . - 1^a ed., 3^a reimp. Madrid : Síntesis, D.L. 1999
- Bardin, Laurence. El análisis de contenido / Laurence Bardin ; traducción César Suárez Madrid : Akal, D.L.1986
- Böckelmann, F.. Formación y funciones sociales de la opinión pública / F. Böckelmann México [etc.] : Gustavo Gili, 1983
- Los efectos de los medios de comunicación : investigación y teorías / Jennings Bryant, Dolf Zillmann (compiladores). - 1^a ed. Barcelona [etc.] : Paidós, 1996
- Callejo, J.. Investigar las audiencias : un análisis cualitativo / J. Callejo Barcelona : Paidós, 2001
- Chomsky, N.. La propaganda y la opinión pública / Noam Chomsky Barcelona : Crítica, 2002
- Métodos y técnicas cualitativas de investigación en ciencias sociales / editores, Juan Manuel Delgado, Juan Gutiérrez . - 1^a ed., 4^a reimp. Madrid : Síntesis, D.L. 2007
- El nuevo espacio público / por Jean-Marc Ferry, Dominique Wolton y otros . - 2^a reimp. Barcelona : Gedisa, 1998
- Cotarelo García, Ramón. Los partidos políticos / Ramón García Cotarelo Madrid : Sistema, D.L. 1985
- El análisis de la realidad social : métodos y técnicas de investigación / compilación de Manuel García Ferrando, Jesús Ibáñez y Francisco Alvira . - 3a. ed. rev., 2a. reimp. Madrid : Alianza, 2003
- Ibáñez, Jesús. Más allá de la sociología : el grupo de discusión : teoría y crítica / por Jesús Ibáñez . - 5^a ed. Madrid : Siglo Veintiuno de España, 2003
- Igartua, Juan José. Métodos cuantitativos de investigación en comunicación / Juan José Igartua Perosanz Barcelona : Bosch, 2006
- Inglehart, Ronald. El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas / Ronald Inglehart ; traducción Sandra Chaparro Martínez ; revisión Rafaél del Aguila Tejerina Madrid : Centro de Investigaciones Sociológicas : Siglo XXI de España, 1991
- Habermas, Jürgen. Historia y crítica de la opinión pública / J. Habermas . - 4a. ed.[reimp.] México : Gustavo Gili, 1994
- Lemert, J. B.. Después de todo : ¿Puede la comunicación masiva cambiar la opinión pública? / J. B. Lemert México : Publigráficos, 1983
- Lippmann, Walter. La opinión pública / Walter Lippmann ; Prólogo de Ronald Steel Madrid : Langre, D.L. 2003
- López García, Guillermo (comunicador audiovisual). Comunicación electoral y formación de la opinión pública : las elecciones generales de 2000 en la prensa española / Guillermo López García . - [1^a ed.] Valencia : Universitat de València, 2004
- Martín López, Enrique. Sociología de la opinión pública / Enrique Martín López . Madrid : Beramar, 1990-
- MacQuail, Denis. Introducción a la teoría de la comunicación de masas / Denis McQuail . - Nueva ed. rev. y ampl. Barcelona [etc.] : Paidós, D.L. 1999
- Monzón Arribas, Cándido. La opinión pública : teorías, concepto y métodos / Cándido Monzón Arribas . - [1a ed., reimp.] Madrid : Tecnos, D.L. 1990
- Monzón Arribas, Cándido. Encuestas y elecciones / Cándido Monzón Madrid : Tecnos, 2005
- Sociología de la comunicación de masas. Vol.1, Escuelas y autores / M. de Moragas (ed.) . - 2a. ed. Barcelona : Gustavo Gili, D.L. 1986
- Sociología de la comunicación de masas. Vol. 2, Estructura, funciones y efectos / M. de Moragas (ed.) . - 2a. ed. Barcelona : Gustavo Gili, D.L. 1986
- Sociología de la comunicación de masas. Vol. 3, Propaganda política y opinión pública / M. de Moragas (ed.) Barcelona : Gustavo Gili, D.L. 1985
- Sociología de la comunicación de masas. Vol. 4, Nuevos problemas y transformación tecnológica / M. de Moragas (ed.) Barcelona : Gustavo Gili, D.L. 1985
- Comunicación política / [autores, David L. Swanson...(et al.)] ; Alejandro Muñoz-Alonso, Juan Ignacio Rospir (directores de la edición) Madrid : Universitas, D.L. 1995
- Nimo, D.. Handbook of Political Communication / D. Nimo y K. Sanders (eds.) Londres : Sage, 1981
- Noelle-Neumann, Elisabeth. La espiral del silencio : opinión pública, nuestra piel social / Elisabeth Noelle-Neumann ; [traducción de Javier Ruiz Calderón] Barcelona, [etc.] : Paidós, D.L. 2003
- Nohlen, D.. Sistemas electorales del mundo / D. Nohlen Madrid : Centro de Estudios Constitucionales, 1981
- Padioleau, J.. L'Opinion publique / J. Padioleau Paris : Mouton, 1981
- Pizarroso Quintero, Alejandro. Historia de la propaganda : notas para un estudio de la propaganda política y de

25336 - Opinión pública

- ?guerra? / Alejandro Pizarroso Quintero . 2ª ed. Madrid : EUDEMA, D.L. 1993
- Roda Fernández, Rafael. Medios de comunicación de masas : su influencia en la sociedad y en la cultura contemporáneas / Rafael Roda Fernández . - [1a ed.] Madrid : Siglo XXI de España : Centro de Investigaciones Sociológicas, 1989
 - Roiz, Miguel.. La sociedad persuasora : control cultural y comunicación de masas / Miguel Roiz. Barcelona : Paidós, 2002.
 - Investigar mediante encuestas : fundamentos teóricos y aspectos prácticos / editores: Antonio J. Rojas Tejada, Juan S. Fernández Prados, Cristino Pérez Meléndez Madrid : Síntesis, D.L. 1998
 - Ruiz San Román, José A.. Introducción a la tradición clásica de la opinión pública / José A. Ruiz San Román . - [1a. ed.] Madrid : Tecnos, D. L. 1997
 - Investigar mediante encuestas : fundamentos teóricos y aspectos prácticos / editores: Antonio J. Rojas Tejada, Juan S. Fernández Prados, Cristino Pérez Meléndez Madrid : Síntesis, D.L. 1998
 - Ruiz San Román, José A.. Introducción a la tradición clásica de la opinión pública / José A. Ruiz San Román . - [1a. ed.] Madrid : Tecnos, D. L. 1997
 - New directions in political communication : a resource book / edited by David L. Swanson, Dan Nimmo. . - [1st. printing] Newbury Park, Calif. ; London : Sage, 1990
 - Touraine, A.. El Nuevo espacio público : Comunicación pública y crisis de la representatividad Barcelona : Gedisa, 1992
 - Vinuesa Tejero, M. L.. ?La opinión pública medida y mediatizada . La comunicación social en la España democrática?, Estudios sobre el Mensaje Periodístico, vol. 14, 2008
 - Vinuesa Tejero, M. L. ?Democracia, elecciones y opinión pública en España?. En: Sociedad de masas, medios de comunicación y opinión pública / Gonzalo Capellan de Miguel, Julio Pérez Serrano, editores . Logroño : Instituto de Estudios Riojanos, 2008
 - Vallès Casadevall, Josep M.. Sistemas electorales y gobierno representativo / Josep M. Vallès, Agustí Bosch . - 1a. ed. Barcelona : Ariel, 1997
 - Valles Martínez, Miguel S.. Técnicas cualitativas de investigación social : reflexión metodológica y práctica profesional / Miguel S. Valles . - 4a. reimp. Madrid : Síntesis, 2007
 - Wolf, Mauro. Los efectos sociales de los media / Mauro Wolf ; [traducción de Lamberto Chiti] . - [1a. ed.] Barcelona : Paidós, 1994
 - Wolf, Mauro. La investigación de la comunicación de masas / Mauro Wolf ; [traducción de Carmen Artal ; supervisión de Lorenzo Vilches] . - 1a. ed. Barcelona : Paidós, 2000
 - La nueva comunicación / Antonio Lucas Marín (ed.) ; María del Carmen García Galera [et al.] . - 1ª ed. Madrid : Trotta, 2009
 - Crespi, Irving. El proceso de opinión pública : cómo habla la gente / Irving Crespi . - 1a. ed. Barcelona : Ariel, 2000
 - Bauer, Wilhelm.. La opinión pública y sus bases históricas / Wilhelm Bauer ; traducción de Raúl Gabás Santander : Universidad de Cantabria, 2009
 - Opinión Pública : historia y presente / edición de Gonzalo Capellán . Madrid : Trotta, 2008
 - D'Adamo, Orlando. Medios de comunicación y opinión pública / Orlando D'adamo , Virginia García Beaudoux, Flavia Freidenberg . Madrid : Mcgraw-Hill Interamericana, 2007
 - Monzón Arribas, Cándido. Opinión pública, comunicación y política / Cándido Monzón. - Reimp. Madrid : Tecnos, D.L. 2009
 - Lippmann, Walter. El público fantasma / Walter Lippmann ; traducción e introducción de César García Muñoz [s.l.] : Genuève, 2011
 - Democracia mediática y campañas electorales / Alejandro Muñoz-Alonso, Juan Ignacio Rospir (editores) . - 1ª ed. Barcelona : Ariel, 1999
 - Saperas, Enric. Los efectos cognitivos de la comunicación de masas : las recientes investigaciones en torno a los efectos de la comunicación de masas, 1970-1986 / Enric Saperas . - [1a. ed.] Barcelona : Ariel, 1987
 - Investigar en comunicación : guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación / coordinadores, Mª Rosa Berganza Conde, José A. Ruiz San Román; [autores] Carmen García Galera [et al.] Madrid [etc.] : McGraw-Hill, D.L. 2005
 - Wimmer, Roger D.. La investigación científica de los medios de comunicación : una introducción a sus métodos / Roger D. Wimmer, Joseph R. Dominick ; traducido por J. Luis Dader . - [1a ed.] Barcelona : Bosch, 1996
 - Chomsky, Noam. Los guardianes de la libertad : propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas / Noam Chomsky y Edward S. Herman ; traducción castellana de Carme Castells . - 1ª ed. en Austral Barcelona : Crítica, 2013
 - Cultura política : enfoques teóricos y análisis empíricos / Pilar del Castillo e Ismael Crespo (eds.) . - [1a. ed.] Valencia : Tirant lo blanch, 1997

25336 - Opinión pública

- The news and public opinion : media effects on civic life / Max McCombs ... [et al.]. - reimpr. 2013, 1rst. ed. 2011
Cambridge, UK ; Malden, MA : Polity Press, 2013
- Martínez Sospedra, Manuel. Introducción a los partidos políticos / Manuel Martínez Sospedra . 1a. ed. Barcelona : Ariel, 1996
- Mezo, J.. ¿Buena Prensa?, Cuadernos de Periodistas : Revista de la Asociación de la Prensa de Madrid. [Ver la sección ¿Buena Prensa?]
- Sampedro Blanco, Víctor. Opinión pública y democracia deliberativa : medios, sondeos y urnas / Víctor Sampedro Blanco . Tres Cantos : Istmo, D. L. 2000
- Sampedro Blanco, Víctor. El cuarto poder en red : por un periodismo (de código) libre / Víctor Sampedro . 1a ed. Barcelona : Icaria, 2014
- Aragón es nuestro Ohio : Así votan los españoles / Equipo Piedras de Papel . Barcelona : El hombre del TR3S, 2015