

Guía Docente

DATOS DE IDENTIFICACIÓN

Titulación:	Periodismo
-------------	------------

Rama de Conocimiento:	Ciencias Sociales y Jurídicas
-----------------------	-------------------------------

Facultad/Escuela:	Ciencias de la Comunicación
-------------------	-----------------------------

Asignatura:	Opinión Pública
-------------	-----------------

Tipo:	Obligatoria
-------	-------------

Créditos ECTS:	3
----------------	---

Curso:	3
--------	---

Código:	3262
---------	------

Periodo docente:	Sexto semestre
------------------	----------------

Materia:	Comunicación
----------	--------------

Módulo:	Bases para una Teoría del Periodismo
---------	--------------------------------------

Tipo de enseñanza:	Presencial
--------------------	------------

Idioma:	Castellano
---------	------------

Total de horas de dedicación del alumno:	75
------------------------------------------	----

Equipo Docente	Correo Electrónico
Elena María Pedreira Souto	e.pedreira.prof@ufv.es

DESCRIPCIÓN DE LA ASIGNATURA

La asignatura de Opinión Pública enseña al alumno los principales conceptos y teorías aplicadas al estudio de la opinión pública; posibilita que comprenda la influencia de los medios de comunicación en la formación y desarrollo de la opinión pública y le acerca a la comunicación política. Esta asignatura pretende que los alumnos entiendan qué es la opinión pública, cómo se generan corrientes de opinión y cuál es su sentido, partiendo de una propuesta realista y personalista.

La carrera de Periodismo en la Universidad Francisco de Vitoria tiene por objeto formar profesionales capaces de informar con rigor a través de cualquier medio de comunicación, sin perder de vista la objetividad, la verdad, y los

referentes socioculturales históricos y antropológicos de la sociedad actual. Futuros profesionales capaces de entender el mundo que les rodea; hacer participar de esa comprensión a los ciudadanos; fomentar una cultura del diálogo respecto de los grandes retos que debe afrontar la sociedad en cada momento histórico y servir al bien común de dicha sociedad. En ese contexto, el módulo en que se inscribe la asignatura Opinión Pública trata de proporcionar un conocimiento integral del hombre en su doble dimensión personal y social. Desarrolla el fundamento y el sentido de cada uno de los elementos constitutivos de la labor periodística y la configuración de la opinión pública. El estudio y aprendizaje de este módulo desarrollará la capacidad de comprensión del alumno sobre los fundamentos y el sentido de la comunicación y sobre el papel esencial de la comunicación y la información en las democracias occidentales, como condición para el diálogo social y como generador de cultura capaz de promocionar al hombre y humanizar la sociedad.

El concepto de opinión pública es uno de los más importantes y polémicos de las ciencias sociales; fruto de un interés tanto político como social y origen de un extenso debate intelectual. Se aplica indiscriminadamente en psicología, sociología, historia, ciencias políticas y comunicación, tanto en investigaciones universitarias como en el entorno de su aplicación. Sin embargo, y a pesar de su uso, el concepto de opinión pública sigue siendo controvertido y su sentido varía según el contexto histórico, político y tecnológico en el que se haya realizado. Parte de la confusión conceptual tiene que ver con la variedad de disciplinas que han abordado su estudio. El interés desde el ámbito académico sobre la materia surge con fuerza durante el primer tercio del siglo XX, dando pie a teorías cargadas de cientificismo, positivismo, funcionalismo y otros reduccionismos (historicismo marxista, sociología positivista o psicología conductista, entre otros). La visión moderna de la opinión pública se enmarca dentro del modelo utilitarista, y las investigaciones resultantes reflejan los esfuerzos e interés de sus autores por medirla y cuantificarla regularmente a través de los sondeos y encuestas de opinión. Es primordial que la asignatura revise las investigaciones que han inspirado toda la reflexión posterior para ver cuál es la visión del hombre y de la sociedad que ofrecen. Conviene, además, repensar qué es la opinión pública y cuál es su sentido, partiendo de una propuesta realista y personalista que no parte de una ideología o de un utilitarismo sino de lo que la persona es (en sí misma y en sociedad) y está llamada a ser (dándose). En este sentido, esta asignatura estudia la realidad de la opinión pública a partir de un enfoque interdisciplinar que combina la perspectiva histórica con la reflexión desde la ciencia política, la sociología, las ciencias de la comunicación y la filosofía.

OBJETIVO

Comprender la Opinión Pública y la Comunicación política como espacio de encuentro y cauce de desarrollo y colaboración entre los diversos agentes sociales.

CONTENIDOS

La asignatura se organiza en torno a dos grandes bloques. El primero, denominado 'Historia y Fundamentos de la Opinión Pública', reflexiona y aborda la definición, concepto y principales funciones de la opinión pública; los antecedentes históricos de la materia y la consideración de la opinión pública como concepto político. El bloque II se ocupa del estudio de la influencia de la comunicación política en la opinión pública en el siglo XX. Se introduce al alumno en la comunicación política, analizando el juego de la personalización, el papel de los medios de comunicación en la decisión de voto y el desarrollo y evolución de las campañas electorales, con la televisión e Internet como configuradores del escenario mediático. En esta parte también se abordan y revisan las investigaciones que estudian la influencia de los medios de comunicación, tanto desde el punto de vista de los efectos como desde el análisis de las rutinas y los valores profesionales.

BLOQUE I. HISTORIA Y FUNDAMENTOS DE LA OPINIÓN PÚBLICA

TEMA 1. El estudio histórico de la opinión pública

TEMA 2. La opinión pública como concepto político

BLOQUE II. OPINIÓN PÚBLICA Y COMUNICACIÓN POLÍTICA

TEMA 3. La comunicación política.

TEMA 4. El Marketing político.

TEMA 5. Los protagonistas del intercambio político

ACTIVIDADES FORMATIVAS

En las clases expositivas el profesor expondrá los contenidos de la asignatura y propondrá actividades complementarias. Los alumnos, con la ayuda del profesor, profundizarán en los conceptos fundamentales en el desarrollo de sus investigaciones y, además, tendrán que presentar los trabajos al resto del grupo. El alumno deberá demostrar que ha alcanzado los objetivos y las competencias planteadas en la asignatura mediante la realización de una prueba de evaluación y la presentación de ejercicios teórico-prácticos.

LECCIÓN MAGISTRAL PARTICIPATIVA: A diferencia de la lección magistral clásica, en la que el peso de la docencia recae en el profesor, en la lección magistral participativa buscamos que el estudiante pase de una actitud pasiva a una activa, favoreciendo su participación. Para ello es necesario que el docente realice una buena estructuración del contenido, tenga claridad expositiva y sea capaz de mantener la atención y el interés del estudiante.

TRABAJO COOPERATIVO EN GRUPOS REDUCIDOS: El número de alumnos programado en nuestra Universidad nos permite un trabajo grupal en grupos reducidos. El alumno deberá ordenar y argumentar sus ideas y exponer el fruto de las investigaciones al resto de sus compañeros con fluidez y eficacia y demostrará un buen manejo de fuentes bibliográficas.

En el campus virtual el estudiante dispondrá de material e información suficientes para favorecer el **TRABAJO AUTÓNOMO** y de **INVESTIGACIÓN**. A través de esta metodología el alumno toma la iniciativa con o sin la ayuda de otros (profesores, compañeros, tutores, mentores). Esta metodología resultará de especial interés para el desarrollo de competencias relacionadas con la investigación, búsqueda de información a partir de diversas fuentes y documentos, análisis y síntesis de los datos y desarrollo de conclusiones. El profesor orientará todas las actividades programadas a través del **SISTEMA DE ACCIÓN TUTORIAL**.

DISTRIBUCIÓN DE LOS TIEMPOS DE TRABAJO

ACTIVIDAD PRESENCIAL	TRABAJO AUTÓNOMO/ACTIVIDAD NO PRESENCIAL
30 horas	45 horas
Clases expositivas 20h Seminarios 5h Evaluación 2h Clases prácticas 3h	Trabajo en grupo 12,50h Estudio teórico y práctico 25h Trabajo virtual en red 7,50h

COMPETENCIAS

Competencias básicas

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética

Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía

Competencias generales

Saber comprender las claves de los acontecimientos informativos de la sociedad actual para transmitirlos a la opinión pública utilizando como soporte cualquier medio de comunicación.

Ser capaz de generar opinión pública y crear puentes con los distintos sectores sociales que permitan el desarrollo y la difusión de una información y una cultura al servicio del hombre, transmitiendo valores basados en la búsqueda de la verdad y del bien común.

Competencias específicas

Identificar y utilizar adecuadamente las fuentes informativas. Adquirir la capacidad para buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente o documento (escrito, sonoro, visual, etc.) de utilidad para la elaboración y procesamiento de información, así como para su aprovechamiento comunicativo persuasivo o de ficción o entretenimiento.

Adquirir un conocimiento de los procesos informativos y comunicativos, así como de las principales corrientes y teorías que los formalizan y critican desde un punto de vista conceptual, metodológico y de la investigación.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Conocer la realidad de la opinión pública a partir de un enfoque interdisciplinar que combina la perspectiva histórica con la reflexión desde la ciencia política, la sociología, las ciencias de la comunicación y la filosofía.

Entender el papel que juega la opinión pública en la comunicación política para comprender la relación entre gobernantes y gobernados.

Analizar los medios de comunicación como cauce para la expresión de todos los sectores sociales y como vehículo de cultura.

Distinguir las teorías más importantes que han dado valor al fenómeno de opinión pública.

SISTEMA DE EVALUACIÓN DEL APRENDIZAJE

En la evaluación se tendrán en cuenta tanto el dominio de los contenidos teórico-prácticos de la asignatura, acreditados en una prueba final escrita, como la asistencia y la entrega puntual de los trabajos propuestos. El plagio es motivo de suspenso en cualquier convocatoria.

Ponderación:

Examen final de contenidos 60%. Una falta de ortografía en el examen final o en cualquier trabajo escrito que se presente dará lugar al suspenso inmediato.

Trabajos propuestos: 30%

Asistencia y participación en las actividades presenciales en el aula: 10%

La evaluación se mantendrá con los mismo porcentajes en la convocatoria extraordinaria. El alumno que no supere durante el curso las diferentes actividades propuestas y evaluadas en la convocatoria ordinaria, deberá ponerse en contacto con el profesor.

Se tendrán en cuenta en la evaluación:

El alta del alumno en Aula Virtual con los datos suficientes para su identificación y localización durante el primer mes de clase.

La participación en la totalidad de los ejercicios y actividades propuestos en clase.

BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

Básica

MAQUIAVELO, Nicolás (2010). El Príncipe. Madrid: Alianza Editorial.

MUÑOZ ALONSO, Alejandro; MONZÓN, Cándido; ROSPIR, Juan Ignacio y DADER, José Luis (1992). Opinión Pública y Comunicación Política. Madrid: Eudema.

PRICE, Vincent (1994). La opinión pública. Esfera pública y comunicación. Barcelona: Paidós.

MONZÓN, Cándido (1996). Opinión pública, comunicación y política. La formación del espacio público. Madrid: Tecnos.

Complementaria

CANEL, María José (2000). Comunicación política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información. Madrid: Tecnos.

CRESPI, I. (2000). El proceso de Opinión Pública. Cómo habla la gente. Barcelona: Ariel.

D'ADAMO, Orlando; GARCÍA BEAUDOUX, Virginia y FREIDENBERG, Flavia (2007). Medios de comunicación y opinión pública. Madrid: McGraw-Hill.

HABERMAS, Jürgen (1981). Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública. Barcelona: Gustavo Gili.

McCOMBS, Maxwell (2006). Estableciendo la agenda. Barcelona: Paidós.

MARTÍN SALGADO, Lourdes (2002). Marketing político. Arte y ciencia de la persuasión en democracia. Barcelona: Paidós.

MONZÓN, Cándido (2005). Elecciones y encuestas. Madrid: Tecnos.

MUÑOZ ALONSO, A. y ROSPIR, J.I. (eds.) (1999). Democracia mediática y campañas electorales. Barcelona: Ariel.

SAMPEDRO BLANCO, Víctor (2000). Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas. Madrid: Itsmo.

TOCQUEVILLE, Alexis de (2002). La democracia en América. Madrid: Alianza editorial. (2 tomos).

CAIRO CAROU, Heriberto (ed.) (2002). Democracia digital. Límites y oportunidades. Madrid: Trotta.

DADER, José Luis (1994). El Periodista en el Espacio Público. Barcelona: Bosch.

DEL REY MORATO, Javier (1997). Los juegos de los políticos. Madrid: Tecnos.

-(2000). El porvenir de la libertad: La democracia en la época de la globalización. Barcelona: Paidós.

LÓPEZ EIRE, Antonio y DE SANTIAGO, Javier (2000). Retórica y comunicación política. Madrid: Cátedra.

MACIÁ MERCADER, Juan (2001). Comunicación política: Del periodismo a la propaganda. Madrid: Universitat.

MCQUAIL D., WINDAHL S. (1997). Modelos para el estudio de la comunicación colectiva. Pamplona: Eunsa.

MINC, Alain (1995). La borrachera democrática (De la opinión pública, jueces, prensa, ciudadanos). Madrid: Temas de Hoy.

PEDREIRA, Elena; BERROCAL, Salomé (coord.) y otros (2003). Comunicación política en televisión y nuevos Medios. Barcelona: Ariel.

SÁNCHEZ NORIEGA, José Luis (1997). Crítica de la seducción mediática. Madrid: Tecnos.