

GUÍA DOCENTE 2024-2025

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

| | |
|---|--|
| ASIGNATURA: | Opinión pública |
| PLAN DE ESTUDIOS: | Grado en Publicidad y Relaciones Públicas |
| FACULTAD: | Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades |
| CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: | Básica |
| ECTS: | 6 |
| CURSO: | Segundo |
| SEMESTRE: | Primero |
| IDIOMA EN QUE SE IMPARTE: | Castellano |
| PROFESORADO: | Javier Maruri |
| DIRECCIÓN DE CORREO ELECTRÓNICO: | javier.maruri@uneatlantico.es |

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

| |
|---|
| REQUISITOS PREVIOS: |
| No aplica. |
| CONTENIDOS: |
| <ul style="list-style-type: none"> • Tema 1. El concepto de Opinión Pública <ul style="list-style-type: none"> 1.1. Opinión Pública: consideraciones preliminares 1.2. El espacio público y el espacio privado. De la antigua Grecia a nuestros días 1.3. De la publicidad y lo público 1.4. Usos de la Opinión Pública antes del siglo XVIII en occidente 1.5. El concepto moderno de Opinión Pública. Evolución del espacio público y transformaciones político sociales |

- Tema 2. Las dos grandes vertientes de análisis de la Opinión Pública: la tradición clásica y la tradición empírica
 - 2.1. Marco histórico del surgimiento de la teoría clásica
 - 2.2. Modelos y teorías del enfoque clásico
 - 2.3. La tradición empírica

- Tema 3. Cómo se construye la Opinión Pública
 - 3.1. Conceptualización
 - 3.2. Funciones normativas de la Opinión Pública
 - 3.3. Características generales de la Opinión Pública
 - 3.4. Manifestaciones de la Opinión Pública
 - 3.5. Los *mass media* y la formación de la Opinión Pública
 - 3.6. Proceso de formación de la Opinión Pública
 - 3.7. Participantes del proceso de formación de la Opinión Pública
 - 3.8. Líderes de opinión
 - 3.9. Clima de la Opinión Pública
 - 3.10. Técnicas de investigación de la Opinión Pública

- Tema 4. La televisión: audiencias y opinión pública
 - 4.1. Televisión y Opinión Pública
 - 4.2. Estudio de la audiencia e influencia en la producción audiovisual
 - 4.3. El papel de la televisión pública en la formación de ciudadanos libres

- Tema 5. La comunicación política
 - 5.1. Orígenes y conceptualización de la comunicación política
 - 5.2. Campo de estudio de la comunicación política
 - 5.3. Medios de comunicación y política
 - 5.4. Opinión Pública y comunicación política
 - 5.5. Los actores de la comunicación política
 - 5.6. Propaganda y comunicación política
 - 5.7. Propaganda, publicidad y marketing político

- Tema 6. De la sociedad de masas a la sociedad-red

- 6.1. Internet. Cambios cognitivos, sociales y culturales
- 6.2. El concepto de sociedad-red (Manuel Castells)
- 6.3. Internet y el acceso horizontal a la información
- 6.4. La esfera pública digital en la sociedad red: el nacimiento de una nueva Opinión

COMPETENCIAS

COMPETENCIAS GENERALES:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CG1. Capacidad para reconocer, analizar e interpretar diversos procesos de comunicación.
- CG2. Capacidad para desarrollar pensamiento crítico en la investigación y la actividad profesional.
- CG3. Capacidad para crear y comunicar mensajes a públicos diversos.
- CG4. Capacidad para aplicar sus conocimientos en propuestas innovadoras
- CG5. Capacidad para emprender iniciativas con autonomía.
- CG6. Capacidad para asumir un compromiso ético en la práctica profesional.

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

Que los estudiantes sean capaces de:

- CE6. - Adquirir herramientas teóricas y conceptuales para analizar el fenómeno de la opinión pública relacionado al campo de la publicidad.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

En esta asignatura se espera que los alumnos alcancen los siguientes resultados de aprendizaje:

- Identificar los elementos que diferencian las campañas publicitarias comerciales, sociales y electorales.
- Conocer el concepto de opinión pública y las transformaciones históricas de los procesos de opinión pública.
- Identificar las líneas teóricas que han tratado sobre la opinión pública.
- Identificar el fenómeno de la opinión pública en redes de comunicación y espacios sociales públicos.
- Relacionar la opinión pública con el ámbito de la publicidad.
- Identificar nuevas formas de la formación de la opinión pública en el

entorno digital

- Analizar las dinámicas de interrelación que intervienen en el tratamiento de la información política en los medios de comunicación actuales.

METODOLOGÍAS DOCENTES Y ACTIVIDADES FORMATIVAS

METODOLOGÍAS DOCENTES:

En esta asignatura se ponen en práctica diferentes metodologías docentes con el objetivo de que los alumnos puedan obtener los resultados de aprendizaje definidos anteriormente:

- Método expositivo
- Estudio y análisis de casos
- Resolución de ejercicios
- Aprendizaje basado en problemas
- Aprendizaje cooperativo / Trabajo en grupos
- Trabajo autónomo

ACTIVIDADES FORMATIVAS:

A partir de las metodologías docentes especificadas anteriormente, en esta asignatura, el alumno participará en las siguientes actividades formativas:

| Actividades formativas | | Horas |
|---------------------------|--------------------------------------|-------|
| Actividades dirigidas | Clases expositivas | 7.5 |
| | Clases prácticas | 15 |
| | Seminarios y talleres | 15 |
| Actividades supervisadas | Supervisión de actividades | 15 |
| Actividades autónomas | Preparación de clases | 22.5 |
| | Estudio personal y lecturas | 30 |
| | Elaboración de trabajos | 30 |
| | Trabajo individual en campus virtual | 7.5 |
| Actividades de evaluación | Actividades de evaluación | 7.5 |

El primer día de clase, el profesor proporcionará información más detallada al respecto.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA:

En la convocatoria ordinaria de esta asignatura se aplican los siguientes instrumentos de evaluación:

| | Actividades de evaluación | Ponderación |
|---------------------|---|-------------|
| Evaluación continua | Prueba escrita | 25 % |
| | Un proyecto en grupo sobre comunicación política | 30 % |
| | Interés y participación del alumno en la asignatura | 5 % |
| Evaluación final | Un examen teórico-práctico final | 40 % |

La calificación del instrumento de la evaluación final (tanto de la convocatoria ordinaria como de la extraordinaria, según corresponda) **no podrá ser inferior, en ningún caso, a 4,0 puntos** (escala 0 a 10) para aprobar la asignatura y consecuentemente poder realizar el cálculo de porcentajes en la calificación final.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

La convocatoria extraordinaria tendrá lugar durante el mes de julio (consúltese el calendario académico fijado por la universidad). Esta consistirá en la realización de un examen teórico-práctico con un valor del 40% de la nota final de la asignatura. El resto de la nota se complementará con la calificación obtenida en la evaluación continua de la convocatoria ordinaria

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

Las siguientes referencias son de consulta obligatoria:

- UNEATLANTICO (2014). *Opinión Pública*. Material didáctico propio de la institución.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

Las siguientes referencias no se consideran de consulta obligatoria, pero su lectura es muy recomendable para aquellos estudiantes que quieran profundizar en los temas que se abordan en la asignatura.

- Habermas, J. (1981). *Historia y Crítica de la Opinión Pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Noelle-Neumann, E. (2010) *La espiral del silencio*. Ed. Paidós
- Cardoso G. (2013). *Sociología de las pantallas*. Barcelona: UOC.
- Herrero J.C. (2009). *Manual de Teoría de la Información y de la Comunicación*. Madrid: Universitas.
- Jaraba, G. (2015). *Youtubers*. Barcelona: Ma non troppo.
- Lippman, W. (2003). *La Opinión Pública*. Madrid: Cuadernos de Langre.
- Monzón, C. (2009). *Opinión pública, comunicación y política*. Madrid: Tecnos.
- Postman, N. (2013). *Divertirse hasta morir: el discurso público en la era del show business*. Barcelona: La Tempestad.
- Sartori, G. (2012). *Homo Videns*. Barcelona: TAURUS.
- Wilhelm B. (2009). *La Opinión Pública y sus bases históricas*. Santander: UC.

OTRAS FUENTES DE CONSULTA:

Películas:

Brexit; the uncivil war. Toby Haynes (2019).

Todos los hombres del presidente. Alan J. Pakula (1976)

Los papeles del pentágono. Steven Spielberg (2017).