Universidad Europea del Atlántico

GUÍA DOCENTE 2026-2027

DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

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

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

REQUISITOS PREVIOS:

No aplica.

CONTENIDOS:

- Tema 1. El concepto de Opinión Pública

  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:

- Estudio y análisis de casos.
- Aprendizaje cooperativo /Trabajo en grupos.
- Trabajo autónomo.

Debido a los contenidos teóricos, el docente incorporará el método expositivo.

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	15
	Clases prácticas	15
	Seminarios y talleres	15
Actividades supervisadas	Supervisión de actividades	7.5
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		7.5

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

En cumplimiento con las medidas institucionales de garantía de la calidad académica y trazabilidad de la autoría, se destinará un mínimo del 10 % de las horas lectivas de la asignatura a la realización, supervisión y seguimiento de trabajos, actividades prácticas u otras actividades evaluables que requieran evidencias del proceso de aprendizaje del estudiantado.

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 (a realizar manualmente en aula).	30 %
	Un proyecto en grupo sobre comunicación política	30 %
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

RÉGIMEN DE USO DE INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN LAS ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Esta asignatura se rige por el Protocolo de Medidas para Garantizar la Calidad y la Integridad Académicas de UNEATLANTICO, en lo relativo al uso de herramientas de inteligencia artificial en actividades académicas y evaluativas.

Para cada actividad de evaluación, el régimen de uso de IA aplicable y el sistema de trazabilidad de autoría requerido se especificarán expresamente en el enunciado correspondiente a dicha actividad.

El incumplimiento de las condiciones establecidas en el enunciado de la actividad de evaluación dará lugar a la aplicación del régimen de sanciones previsto en el Reglamento Académico del Alumno.

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.

- Byung Chul Hahn (2024). *La Sociedad del cansancio.* Herder Edit. Barcelona
- Gad Saad (2027). *La empatía suicida.* Harper Enfoque
- 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). Y*outubers*. 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). D*ivertirse 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).