



DATOS IDENTIFICATIVOS

Opinión pública

Materia	Opinión pública			
Código	P04G190V01905			
Titulación	Grao en Publicidade e Relacións Públicas			
Descritores	Creditos ECTS	Carácter	Curso	Cuadrimestre
	6	OP	4	1c
Lingua impartición	Castelán			
Departamento	Psicoloxía evolutiva e comunicación			
Coordinador/a	García González, Aurora			
Profesorado	Doval Avendaño, María Montserrat García González, Aurora			
Correo-e	auroragg@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	Nesta materia compréndese o coñecemento xeral da historia e o estado actual da opinión pública: teorías e correntes doctrinales. Preténdese que os alumnos alcancen un coñecemento crítico do obxecto da Opinión Pública como ciencia, así como dalgúns dos autores clásicos nesta disciplina. Inclúese unha aproximación ao estudo dos sistemas de medición da opinión pública.			

Competencias

Código		Tipoloxía
CB3	Que os estudantes teñan a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro da súa área de estudo) para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética.	• Saber estar / ser
CG1	Competencias interpretativa e operativa da comunicación como realidade e como campo de estudo desde o punto de vista humanístico e técnico: coñecemento teórico da comunicación.	• saber
CG2	Competencia interpretativa da comunicación: capacidade de analizar os elementos da comunicación e xerar os coñecementos nesta disciplina.	• saber
CG3	Competencia interpretativa do entorno: capacidade para interpretar, analizar e interpretar o entorno económico, político, socio-cultural, tecnolóxico e comunicativo.	• saber
CE2	Competencias socioculturais: Coñecemento dos procesos sociopsicolóxicos que afectan ao desenvolvemento da comunicación en xeral, os específicos da comunicación publicitaria e os propios das relacións cos públicos.	• saber
CE14	Destrezas directivas e colaborativas: capacidade e habilidade para responsabilizarse da área de comunicación dunha organización, afrontando a xestión estratéxica dos seus intanxibles, a responsabilidade social corporativa e as relacións con diferentes públicos.	• saber facer
CT1	Competencias interpretativas da comunicación: capacidade de recoñecer implicacións éticas en decisións profesionais.	• Saber estar / ser

Resultados de aprendizaxe

Resultados de aprendizaxe	Competencias
Identificar e utilizar adecuadamente os elementos específicos da comunicación pública	CB3 CG1
Identificar e distinguir desde un punto de vista técnico e conceptual as distintas etapas do proceso da opinión pública.	CG1 CE2
Recoñecer o labor de coordinación do traballo de analistas políticos e asesores de imaxe, para un óptimo rendemento en comunicación pública.	CG1 CE2

Explicar e interpretar formas e procesos mediante os cales se configura a opinión pública	CB3 CG1 CG2 CG3 CE2
Utilizar con soltura e habilidade as metodoloxías cuantitativas e cualitativas para o estudo da opinión pública	CE14
Utilizar a linguaxe adecuadamente para a súa aplicación na comunicación pública.	CE14 CT1
Asumir a importancia do comunicador no proceso de opinión pública.	CE14 CT1

Contidos

Tema	
INTRODUCCIÓN	1. INTRODUCCIÓN
0 CONCEPTO DE OPINIÓN PÚBLICA	2. O ESTUDO DA OPINIÓN PÚBLICA 3. O NACEMENTO DA OPINIÓN PÚBLICA 4. A OPINIÓ 5. O PÚBLICO 6. PÚBLICO 7. DUAS MANEIRAS DE ENTENDER O CONCEPTO OPINIÓN PÚBLICA 8. DIFICULTADES QUE PLANTEXA O CONCEPTO OPINIÓN PÚBLICA 9. CONCEPTUALIZACIÓN NORMATIVISTA 10. CONCEPTUALIZACIÓN TEMÁTICA 11. CONCEPTUALIZACIÓN ANTROPOLÓXICA
DINÁMICA DA OPINIÓN PÚBLICA	12. A ESPIRAL DO SILENCIO 13. A INVESTIGACIÓN APLICADA NA OP 14. A INVESTIGACIÓN CONTEMPORÁNEA NAS REDES SOCIAIS 15. A MANIFESTACIÓN DA OP 16. OS EFECTOS DOS SONDEOS SOBRE A OP 17. RELACIONES MEDIOS, PODER, CIUDADANS 18. O NOVO ESPAZO PÚBLICO 19. BIG DATA. DATOS QUE PENSAN 20. A MANIPULACIÓN
A MEDICIÓN DA OPINIÓN PÚBLICA	21. NOVA PERSPECTIVA. CAMBIA-LO PONTO DE MIRA 22. A FORMACIÓN DAS OPINIONS 23. A CIBERDEMOCRACIA 24. PROCEDEMENTOS PARA MEDIR A OP 25. ALGORITMOS E DEMOCRACIA

Planificación docente

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Seminario	8	16	24
Prácticas autónomas a través de TIC	15	30	45
Lección maxistral	25	50	75
Exame de preguntas de desenvolvemento	2	4	6

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Seminario	Sesions orientadas a traballar nun tema específico, para afondar ou complementar os contidos da materia. Facilitase bibliografía para os principais temas referidos á Opinión Pública.
Prácticas autónomas a través de TIC	Actividades de aplicación dos procedementos de medición da Opinión Pública. Desenvolveranse a través da plataforma TEMA. Os alumnos ten que estar dados de alta no FAITIC para poder seguilas
Lección maxistral	Exposición por parte da profesora dos contidos da materia obxecto de estudo. Son sesions teóricas de aproximadamente unha hora de duración

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Seminario	Require do alumno a elaboración dun exercicio que subirá semanalmente á plataforma FAITIC. Estes exercicios son revisados persoaladamente, coas observacions necesarias a cada un, por parte da profesora.

Prácticas autónomas a través de TIC	Cada práctica require do alumno a elaboración dun exercicio que subirá cada semana á plataforma FAITIC. Estes exercicios son revisados persoalmente, coas observacións necesarias a cada un, por parte da profesora
Probas	Descrición
Exame de preguntas de desenvolvemento	Os exámenes son revisados pola profesora e cada alumno terá ocasión de comentar persoalmente, de querer, os resultados obtidos.

Avaliación			
	Descrición	Cualificación	Competencias Avaliadas
Seminario	Os seminarios evalúanse coa asistencia participativa e a elaboración dos exercicios correspondentes. Estes exercicios ten que estar no Faitic	20	CB3 CG1 CG3
Prácticas autónomas a través de TIC	Cada alumno expon na clase o traballo realizado coa orientación da profesora e posteriormente sube o seu traballo o FAITIC. A avaliación das prácticas realizase a partires dos exercicios subidos.	20	CG2 CE2 CE14 CT1
Exame de preguntas de desenvolvemento	Haberá un examen final, teórico, de toda a materia que será escrito, e consistirá en cinco preguntas, avaliada cada unha delas en dous puntos. Teráanse en conta os seguintes criterios: - A suficiencia dos coñecementos - A exactitude das respostas - A comprensión deas ideas - A capacidade de relacionar contidos - A correcta expresión do respondido	60	CB3 CG1 CG2 CG3 CE2 CE14 CT1

Outros comentarios sobre a Avaliación

Cabe a posibilidade de realizar traballos adicionais, sempre de acordo coa profesora, que servirán para mellorar as cualificacións obtidas

Para a cualificación final e preciso ter superada a parte teórica da asignatura. Non se sumarán as puntuacións das prácticas ata ter aprobado o examen teórico.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

- CRESPI, I., El proceso de la opinión pública, Ariel, 2000, Barcelona
- LÓPEZ ESCOBAR, E., Nota preliminar al libro, Eunsa, 1989, Pamplona
- MONZÓN, C., Opinión pública, comunicación y política, Tecnos, 1996, Madrid
- MORA y ARAUJO, M., El poder la conversación. Elementos para una teoría de la opinión pública, Editorial La Crujía, 2005, Argentina
- MUÑOZ ALONSO, MONZÓN, ROSPIR y DADER., Opinión pública y comunicación política, Eudema, 1990, Madrid
- NOELLE-NEUMANN, E., La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social, (2ª edición del original en inglés de 1993), Paidós, 1995, Barcelona
- PRICE, V., La opinión pública. La esfera pública y comunicación, (original en inglés de 1992), Paidós, 1994, Barcelona
- RUIZ SAN ROMÁN, J. A., Introducción a la tradición clásica de la opinión pública, Tecnos, 1997, Madrid

Bibliografía Complementaria

- ALLPORT, F.H., Hacia un concepto de Opinión Pública, 1937, Public Opinion Quarterly
- BERELSON, B., The State of communication research, 1959, Public Opinion Quarterly, nº 23
- BERNAYS, E., Crystalizing Public Opinion, Horace Liverigh, 1923, Nueva York
- BERRIO, J., La opinión pública, Aula Aberta, 2003, Portal de la Comunicación
- BLUMER, H., Outline of the principles of Sociology, Barnes and Noble, 1939, Nueva York
- CAPELLÁN DE MIGUEL, G., Opinión Pública: historia y presente, Trotta, 2008, Barcelona
- CHILDS, H., Public Opinion: nature, formation and role, D. van Nostrand, 1965, Pinceton, N.J., Toronto, Nueva York y Londres
- CHOMSKY, N., El beneficio es lo que cuenta: neoliberalismo y orden global, Planeta, 2014, Barcelona
- COOK, S., Métodos de Investigación en las Relaciones Sociales, Rialp, 1976, Madrid
- DADER, J.L., La democracia débil ante el populismo de la publicidad, 2001, Análisi, nº 26
- DEWEY, J., La opinión pública y sus problemas, Ediciones Morata, 2004, Madrid
- DONSBACH, W., Interdependencia entre los medios de comunicación y la investigación sobre la opinión pública, 1989, Comunicación y Sociedad, Vol. 2, pp. 7-29

- DOVAL AVENDAÑO, M., Comunicación efímera, Amazon, 2018, on line
-
- GARCÍA GONZÁLEZ, J., Teoría del conocimiento humano, Funsa, 1998, Pamplona
-
- HABERMAS, J., Historia crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida privada, Gustavo Gili, 2009, Madrid
-
- KATZ, E. y LAZARFELD, P., Personal Influence, Free Press, 1955, Glencoe
-
- LASSWELL, H., The structure and function of communication in society, 1948, en BRYSON, L.(comp.) The Communication of Ideas. Harper. Nueva York
-
- LIPPMAN, W., Public Opinion, Macmillan, 1922, Nueva York
-
- MCCOMBS, M., Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento, Paidós, 2006, Madrid
-
- MERRIAM, S., Case Study Research in Education: A qualitative approach, Jossey-Bass, 1988, Nueva York
-
- MILLS, C.W., The power elite, Oxford University Press, 1956, Oxford
-
- NÖELLE-NEUMANN, E., La espiral del silencio. La opinión pública y los efectos de los medios de comunicación, 1993, Comunicación y sociedad. Vol. VI. Nº 1 y 2 P. 9 y ss
-
- NINO, C.S., Ética y derechos humanos. Un ensayo de fundamentación, Ariel, 1989, Barcelona
-
- NUBIOLA, J., La verdad en el debate público, 2004, La gaceta de los negocios. Madrid, 4 de diciembre
-
- PARK, E., La masa y el público: una investigación metodológica y sociológica, 1996, Revista española de investigaciones sociológicas, 74, Abril-junio, pp. 345-359
-
- RICO, G., Líderes políticos, opinión pública y comportamiento electoral en España, Centro de investigaciones sociológicas, 2009, Madrid
-
- ROSPIR, J.L., Opinión Pública: la tradición americana (1908-1965)., Biblioteca Nueva, 2010, Madrid
-
- ROSS, E.A., Social control, 1896, American Journal of Sociology, Vol. 1, No. 5 (marzo), pp. 1, N º 5 (marzo), págs. 513-535
-
- SIBILA, P., La intimidad como espectáculo, Fondo de Cultura Económica, 2008, Buenos Aires
-
- VV.AA., Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías, Paidós, 1996, Barcelona
-
- WIGGERSHAUS, R., La escuela de Francfort, Fondo de Cultura Económica, 2010, Buenos Aires
-
- WIMMER y DOMINICK, La investigación científica de los medios de comunicación social: una introducción a sus métodos, Bosch, 1996, Barcelona
-
- WOLF, M., Los efectos sociales de los media, 36, Paidós, 1995, Barcelona
-
- YIN, R., Case Study Research Methods: Design and Methods, Sage, 1989, California
-
- ZALLER, J.R., La naturaleza y los orígenes de la opinión pública, Centro de investigaciones sociológicas, 2014, Madrid
-

Recomendaciones