



DATOS IDENTIFICATIVOS

Opinión pública

Materia	Opinión pública			
Código	P04G190V01905			
Titulación	Grao en Publicidade e Relacións Públicas			
Descritores	Creditos ECTS 6	Sinale OP	Curso 4	Cuadrimestre 1c
Lingua de impartición	Castelán			
Departamento	Psicoloxía evolutiva e comunicación			
Coordinador/a	García González, Aurora			
Profesorado	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 de pensamento. Preténdese que os estudantes alcancen un coñecemento crítico do obxecto da Opinión Pública como ciencia, así como dalgúns dos autores clásicos nesta materia. Inclúese unha aproximación ao estudo dos sistemas de medición da opinión pública.			

Resultados de Formación e Aprendizaxe

Código	
A3	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.
B1	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.
B2	Competencia interpretativa da comunicación: capacidade de analizar os elementos da comunicación e xerar os coñecementos nesta disciplina.
B3	Competencia interpretativa do entorno: capacidade para interpretar, analizar e interpretar o entorno económico, político, socio-cultural, tecnolóxico e comunicativo.
C2	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.
C14	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.
D1	Competencias interpretativas da comunicación: capacidade de recoñecer implicacións éticas en decisións profesionais.

Resultados previstos na materia

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Identificar e utilizar adecuadamente os elementos específicos da comunicación pública	A3	B1
Identificar e distinguir desde un punto de vista técnico e conceptual as distintas etapas do proceso da opinión pública.	B1	C2
Recoñecer o labor de coordinación do traballo de analistas políticos e asesores de imaxe, para un *óptimo rendemento en comunicación pública.	B1	C2
Explicar e interpretar formas e procesos mediante os cales se configura a opinión pública	A3	B1 B2 B3
Utilizar con soltura e habilidade as metodoloxías cuantitativas e cualitativas para o estudo da opinión pública		C14
Utilizar a linguaxe adecuadamente para a súa aplicación na comunicación pública.		C14 D1
Asumir a importancia do comunicador no proceso de opinión pública.		C14 D1

Contidos	
Tema	
INTRODUCCIÓN O CONCEPTO DE OPINIÓN PÚBLICA	1. INTRODUCCIÓN 2. O ESTUDO DA OPINIÓN PÚBLICA 3. A OPINIÓN 4. O PÚBLICO 5. O PÚBLICO 6. A FORMACIÓN DAS OPINIÓNS 7. DOUS MODOS DE ENTENDER O CONCEPTO 8. DIFICULTADES QUE EXPÓN 9. NORMATIVISMO 10. TEMATIZACIÓN 11. CONCEPTUALIZACIÓN SOCIAL
DINÁMICA DA OPINIÓN PÚBLICA	12. A ESPIRAL DO SILENCIO 13. A INVESTIGACIÓN APLICADA 14. INVESTIGACIÓN EN RRSS 15. MANIFESTACIÓN DA OP 16. EFECTOS DAS SONDEXES 17. MEDIOS, PODER, CIDADÁNS 18. VIXILANCIA E TRANSPARENCIA 19. BIG DATA, RRSS E FAKE NEWS 20. ÉTICA E BIG DATA 21. MANIPULACION
MEDICIÓN	22. PROCEDEMENTOS PARA MEDIR 23. ALGORTIMOS E DEMOCRACIA 24. NOVA PERSPECTIVA 25. FRONTE Á DESINFORMACIÓN

Planificación			
	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Prácticas con apoio das TIC	15	30	45
Lección maxistral	25	50	75
Traballo tutelado	8	16	24
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
Prácticas con apoio das TIC	Traballo individual 10 Sesións dedicadas ao comentario e reflexión dun tema referido á OP, que facilita a profesora e que hai que entregar a través de MOOVI cada semana. Traballo de grupo (de dous en dous) 10 sesións destinadas á preparación dun tema de OP. Dúas opcións: A)Elaborar 50 tweets / 50 Tik-Toks Acordar tema coa profesora. B)Localizar elementos de OP en series ou películas, que indicará a profesora.
Lección maxistral	Exposición por parte da profesora dos contidos da materia obxecto de estudo. Son sesións teóricas de aproximadamente unha hora de duración
Traballo tutelado	-Cada estudante, de maneira individual ou en grupo, elabora un ensaio a partir un libro que cada un ten que ler. A profesora indicará os libros. (1 entrega a través de Moovi).

Atención personalizada	
Metodoloxías	Descrición
Prácticas con apoio das TIC	Atenderase ao alumnado en horario de titoría
Traballo tutelado	Atenderase ao alumnado en horario de titoría
Probas	Descrición
Exame de preguntas de desenvolvemento	Os exames son revisados pola profesora e cada alumno terá ocasión de comentar persoalmente os resultados alcanzados. Atenderase ao alumnado en horario de titoría

Avaliación

	Descrición	Cualificación	Resultados de Formación e Aprendizaxe			
Prácticas con apoio das TIC	As prácticas avalíanse coa asistencia participativa e a elaboración dos exercicios correspondentes. O traballo individual suporá un 20% O traballo de grupo pesará o outro 20%	40	A3	B1	B2	
Traballo tutelado	Consideraranse os seguintes criterios: - A comprensión das ideas - A capacidade de relacionar contidos - A correcta expresión do traballo presentade	20				
Exame de preguntas de desenvolvemento	Haberá un exame final, teórico, de toda a materia que será escrito, e consistirá en cinco preguntas, valorada cada unha delas en dous puntos. Teranse en conta os seguintes criterios: - A suficiencia dos coñecementos - A exactitude das respostas -A claridade na exposición	40	A3	B1 B2 B3	C2 C14	D1

Outros comentarios sobre a Avaliación

A asistencia ás clases teóricas rexistrarse mediante firma e servirá para mellorar a cualificación final

Para a cualificación final é necesario superar a parte teórica da materia. Non se sumarán as puntuacións de prácticas até superar o exame teórico.

En SEGUNDA OPORTUNIDADE os criterios serán os mesmos que na avaliación continúa.

AVALIACIÓN GLOBAL (Só para alumnos que renunciaren expresamente á avaliación continúa) 1) Exame final, ORAL, PÚBLICO E GRAVADO, dun dos temas que integran o temario da materia. 10 preguntas valoradas nun punto cada unha (1 hora de duración) 40%

2) Proba escrita tipo test sobre CONCEPTO e DINÁMICA da opinión pública. (20 preguntas valoradas en 0,5 cada unha) (1/2 hora de duración) 10%

3) Exercicio de reflexión sobre un tema de interese público que se facilitará. (1/2 hora de duración) 10%

4) Deseño dun traballo de investigación sobre un tema de interese con metodoloxías adecuadas á medición da opinión pública. (Entrega o día do exame) 20%

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

CRESPI, I., **El proceso de la opinión pública**, Ariel, 2000

MONZÓN, C., **Opinión pública, comunicación y política**, Tecnos, 1996

MORA y ARAUJO, M., **El poder la conversación. Elementos para una teoría de la opinión pública**, Editorial La Crujía, 2005

MUÑOZ ALONSO, MONZÓN, ROSPIR y DADER., **Opinión pública y comunicación política**, Eudema, 1990

NOELLE-NEUMANN, E., **La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social**, (2ª edición del original en inglés de 1993), Paidós, 1995

PRICE, V., **La opinión pública. La esfera pública y comunicación**, (original en inglés de 1992), Paidós, 1994

RUIZ SAN ROMÁN, J. A., **Introducción a la tradición clásica de la opinión pública**, Tecnos, 1997

Bibliografía Complementaria

ALLPORT, F.H., **Hacia un concepto de Opinión Pública**, 1937

BERELSON, B., **The State of communication research**, 1959

BERNAYS, E., **Crystalizing Public Opinion**, Horace Liverigh, 1923

BERRIO, J., **La opinión pública**, Aula Aberta, 2003

BLUMER, H., **Outline of the principles of Sociology**, Barnes and Noble, 1939

CAPELLÁN DE MIGUEL, G., **Opinión Pública: historia y presente**, Trotta, 2008

CHILDS, H., **Public Opinion: nature, formation and role**, D. van Nostrand, 1965

DADER, J.L., **La democracia débil ante el populismo de la publicidad**, 2001

DEWEY, J., **La opinión pública y sus problemas**, Ediciones Morata, 2004

DONSBACH, W., **Interdependencia entre los medios de comunicación y la investigación sobre la opinión pública**, 1989

DOVAL AVENDAÑO, M., **Comunicación efímera**, Amazon, 2018

GARCÍA GONZÁLEZ, J., **Teoría del conocimiento humano**, Funsa, 1998

HABERMAS, J., **Historia crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida privada**, Gustavo Gili, 2009

KATZ, E. y LAZARSFELD, P., **Personal Influence**, Free Press, 1955

LASSWELL, H., **The structure and function of communication in society**, 1948

LIPPMAN, W., **Public Opinion**, Macmillan, 1922

MCCOMBS, M., **Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento**, Paidós, 2006

MILLS, C.W., **The power elite**, Oxford University Press, 1956

NÖELLE-NEUMANN, E., **La espiral del silencio. La opinión pública y los efectos de los medios de comunicación**, 1993

NINO, C.S., **Ética y derechos humanos. Un ensayo de fundamentación**, Ariel, 1989

NUBIOLA, J., **La verdad en el debate público**, 2004

PARK, E., **La masa y el público: una investigación metodológica y sociológica**, 1996

RICO, G., **Líderes políticos, opinión pública y comportamiento electoral en España**, Centro de investigaciones sociológicas, 2009

ROSPIR, J.L., **Opinión Pública: la tradición americana (1908-1965)**., Biblioteca Nueva, 2010

ROSS, E.A., **Social control**, 1896

SIBILA, P., **La intimidación como espectáculo**, Fondo de Cultura Económica, 2008

WIGGERSHAUS, R., **La escuela de Francfort**, Fondo de Cultura Económica, 2010

WIMMER y DOMINICK, **La investigación científica de los medios de comunicación social: una introducción a sus métodos**, Bosch, 1996

WOLF, M., **Los efectos sociales de los media**, 36, Paidós, 1995

YIN, R., **Case Study Research Methods: Design and Methods**, Sage, 1989

ZALLER, J.R., **La naturaleza y los orígenes de la opinión pública**, Centro de investigaciones sociológicas, 2014

SHILLER, ROBERT, **Narrativas económicas**, Deusto, 2021

Recomendaciones
