DATOS GENERALES DE LA ASIGNATURA

ASIGNATURA: Opinión Pública
PLAN DE ESTUDIOS: Grado en Periodismo (PGR-PERIODIS)
GRUPO: 2627-T1
CENTRO: Facultad de Ciencias Sociales
CARÁCTER DE LA ASIGNATURA: Obligatoria (OB)
ECTS: 6,0
CURSO: 4º
TEMPORALIDAD: 1º Semestre
IDIOMA EN QUE SE IMPARTE:
Castellano, excepto las asignaturas de idiomas que se impartirán en el idioma correspondiente

DATOS DEL DOCENTE

NOMBRE Y APELLIDOS: MARÍA HERNÁNDEZ HERRARTE
EMAIL: mhernandez@uemc.es
TELÉFONO: 983 00 10 00
HORARIO DE TUTORÍAS: Jueves a las 09:00 horas

INFORMACIÓN SOBRE TITULACIONES :

- Licenciado Doctora en Publicidad y Comunicación Audiovisual (Universidad *Universidad Complutense de Madrid*)
- Doctorado: Publicidad y Comunicación Audiovisual (2008)
- Y acreditado en la figura de Contratado doctor por ACSUCYL (2012)

EXPERIENCIA DOCENTE :

- Cuenta con experiencia de Más de 10 años en docencia universitaria en el nivel del Máster (Experiencia en grado y máster)

EXPERIENCIA PROFESIONAL :

- Tiene experiencia en el ámbito profesional de 10 años en el sector Público (Experiencia profesional tanto en medios de comunicación regionales como en las Cortes de Castilla y León)

EXPERIENCIA INVESTIGADORA :

- Más de 10 años (Doctora en Comunicación Audiovisual y Publicidad por la Universidad Complutense de Madrid, con una tesis centrada en la comunicación no verbal de José Luis Rodríguez Zapatero durante el curso político 2006-2007. Esa línea de investigación —el análisis kinésico (gestos, posturas, maneras) de los líderes políticos en su exposición televisiva— ha sido el eje de su carrera, aunque con el tiempo se ha ampliado hacia el estudio comparado de liderazgos internacionales y el papel de las emociones en contextos de crisis, como la pandemia del COVID-19. Su producción académica supera la veintena de publicaciones, con especial impacto en el ámbito de la Comunicación, aunque también con presencia en Filologías, Lingüística y Educación. Entre sus trabajos más relevantes figuran dos libros en coautoría sobre lenguaje no verbal y liderazgo, así como un artículo metodológico sobre el análisis del comportamiento kinésico de líderes políticos. En los últimos años ha abordado temas como la comunicación no verbal en procesos electorales, los estereotipos femeninos en la ficción televisiva y el análisis emocional de discursos de líderes internacionales durante la pandemia, para lo que ha empleado herramientas de análisis facial. También ha participado en proyectos aplicados sobre comunicación interna empresarial y satisfacción estudiantil. Antes de dedicarse a la docencia y la investigación, ejerció como redactora en prensa y radio (El Norte de Castilla, Cadena SER, El Día de Valladolid, Diario Palentino, Agencia Ical). Fue jefa de Estudios y Documentación en las Cortes de Castilla y León entre 2019 y 2022. En el ámbito universitario, ha dirigido el Departamento de Ciencias Humanas y de la Información y ha coordinado el Grado de Periodismo en la

Universidad Europea Miguel de Cervantes. Es miembro de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación y ha participado como ponente en congresos nacionales e internacionales, incluida la University of Manchester. Colabora como experta en medios de comunicación y es requerida como especialista en prensa. Su perfil profesional combina el rigor académico con la mirada práctica del periodista, y traslada esa doble experiencia a sus clases de Opinión Pública y Comunicación Política, siempre con un enfoque aplicado y una preocupación constante por dotar a sus estudiantes y asesorados de herramientas útiles para mejorar sus habilidades comunicativas.)

OTROS DATOS CV :

Desde septiembre de 2024 ejerce como Directora del Área de Comunicación Institucional de la Universidad Europea Miguel de Cervantes, responsabilidad en la que lidera la estrategia y el plan de comunicación externa, gestiona las relaciones con los medios para acciones de marca y comunicación corporativa y supervisa la organización de eventos institucionales. Entre sus funciones diarias se incluyen la gestión de la relación con los medios de comunicación, el apoyo a la realización de discursos institucionales, la supervisión y coordinación de actos y eventos constitucionales, el uso correcto de la imagen corporativa y la propuesta de contenidos para medios y redes sociales. Además, mantiene una estrecha colaboración con los Rectorado y los Departamentos de Marketing y RRHH apoyando en materia de publicidad, posicionamiento digital, social media y comunicación interna, todo ello en línea con la misión, visión y valores de la institución, y con el foco puesto en las personas como agentes clave del desarrollo y el cambio.

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

DESCRIPTOR DE LA ASIGNATURA:

La asignatura Opinión Pública se divide en dos grandes bloques. En el primero de ellos se aborda el fenómeno de la opinión pública de forma integral, desde los antecedentes de la disciplina hasta su conceptualización, creación, generación y funciones que cumple en la sociedad. Así mismo, el segundo bloque aborda la influencia y los efectos de los medios de comunicación en el fenómeno de la opinión pública a través de diferentes investigaciones que nacen en los años 20 y que se suceden hasta nuestros días.

La parte práctica de la asignatura consiste en la entrega de varios comentarios fílmicos relacionados con el panorama social actual a los que se aplicará la teoría.

Esta asignatura pretende tomar conciencia del comportamiento y poder de la opinión pública ante los grandes acontecimientos sociales que generan debate en los medios de comunicación. El futuro periodista –tanto de medios como de empresa- debe conocer los procesos de creación de un estado de opinión pública así como los efectos que generan los medios en el público para realizar correcta y éticamente su trabajo.

CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA:

1. **BLOQUE I. TEORÍA GENERAL DE LA OPINIÓN PÚBLICA Y EL ESPACIO PÚBLICO**
    1. Tema 1. Antecedentes históricos de la Opinión Pública
    2. Tema 2. El fenómeno de la opinión pública y su investigación. Vinculación con la sociología de la comunicación pública. Análisis de la creación periodística de la opinión pública
    3. Tema 3. Generación, desarrollo y funciones sociopolíticas del fenómeno de la opinión pública
    4. Tema 4. Big data y climas de opinión
2. **BLOQUE II. LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS EN EL FENÓMENO DE LA OPINIÓN PÚBLICA**
    1. Tema 5. La evolución de la investigación empírica sobre los efectos de los medios. Métodos y conclusiones de la etapa del 'Efecto directo' (1920-1940)
    2. Tema 6. Etapa de a visión de los 'Efectos Limitados' (1940-1960)
    3. Tema 7. Etapa de transición (1960-1980)
    4. Tema 8. Etapa de vuelta a los 'Efectos Poderosos' (de 1980 a nuestros días)

RECURSOS DE APRENDIZAJE:

Para el correcto desarrollo de la materia, el alumno contará con artículos periodísticos y científicos en soporte electrónico y papel, recursos audiovisuales e invitados especializados en este tipo de contenidos y temáticas.

COMPETENCIAS Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE A ADQUIRIR POR EL ALUMNO

COMPETENCIAS GENERALES:

- CG01. Capacidad de análisis, síntesis y juicio crítico
- CG02. Capacidad para trabajar en equipo
- CG03. Capacidad de liderazgo, iniciativa y espíritu emprendedor
- CG04. Capacidad para resolver problemas y tomar decisiones
- CG05. Capacidad para desarrollar el pensamiento creativo
- CG06. Capacidad para adaptarse al entorno y a nuevas situaciones
- CG07. Capacidad para conocer las culturas y costumbres de otros países, para apreciar la diversidad y multiculturalidad y respetar los derechos humanos universales
- CG08. Capacidad para ejercer con responsabilidad, autonomía, independencia y compromiso ético en la práctica profesional
- CG11. Capacidad para desarrollar un perfil investigador

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS:

- CE14. Capacidad para conocer los principales debates y acontecimientos mediáticos derivados de la coyuntura actual y de cómo se gestan y difunden según las estrategias comunicativas y los intereses sociales, políticos, económicos y culturales
- CE15. Capacidad para el análisis crítico de la influencia de los medios de comunicación en la sociedad
- CE19. Capacidad para analizar, interpretar y divulgar datos estadísticos aplicados a los distintos ámbitos de la comunicación
- CE23. Capacidad de conocer los procesos informativos y comunicativos, así como las principales corrientes y teorías que los formalizan y critican desde un punto de vista conceptual, metodológico e investigativo
- CE28. Capacidad para analizar la realidad socio comunicativa del entorno más cercano y del contexto nacional e internacional
- CE29. Capacidad para interpretar y aplicar las teorías, conceptos y corrientes del periodismo
- CE30. Capacidad para establecer el impacto social y los efectos de la actividad periodística sobre los ciudadanos

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

El alumno será capaz de:

- Ejercitar el juicio crítico respecto a las rutinas del periodismo.
- Conocer los aspectos positivos y negativos de la profesión periodística.
- Conocer la historia del pensamiento y su relación con la opinión pública.
- Analizar, reflexionar y criticar las diferentes investigaciones que estudian la opinión pública.
- Desarrollar un carácter crítico y analítico a través de la realización de diferentes comentarios de texto y largometrajes.
- Participar en debates con una visión de trasfondo de los medios a través de la manipulación y la influencia que ejercen sobre el público.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS DE REFERENCIA GENERALES

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Crespi, I. (2000): El proceso de opinión pública. Cómo habla la gente. . Ariel. ISBN: 9788434412811
- D'Adamo, O. (2000): Medios de comunicación, efectos políticos y opinión pública: una imagen, ¿vale más que mil palabras?: . MCGrawHill. ISBN: 9788448156763
- Dader, J.L. (1992): El periodista en el espacio público. . Bosch. ISBN: 9788476762172
- McCombs, M. (2006): Estableciendo la agenda: el impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento. . Paidós. ISBN: 9788449318696

- Monzón, C. (1996): Opinión pública y comunicación política. Tecnos. ISBN: 9788430944316
- Moragas, M. (1985): Sociología de la comunicación de masas. . Gustavo Gili. ISBN: 9788429711646
- Neumann, N. (1995): La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social. . Paidós. ISBN: 9788449324321
- Zaller, John (2014): La naturaleza y los orígenes de la opinión pública. Centro de Investigaciones Sociológicas. ISBN: 9788474766264.
- Price, Vincent (2013): La opinión pública : esfera pública y comunicación. Paidós. ISBN: 9788449300677.
- González, M. J. & Igartua, J. J. (2020): Percepción social, medios y opinión pública.. Tecnos. ISBN: 78-84-309-7375-0

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

- Bauer, W. (2009): La opinión pública y sus bases históricas. . Universidad de Cantabria. ISBN: 9788481025279
- Ferry, J. M., Wolton, D. y otro (1998): El nuevo espacio público. . Gedisa. ISBN: 9788474324341
- Gonzalo Capellán de Miguel, J. (2008): Sociedad de masas, medios de comunicación y opinión pública. . Instituto de Estudios Riojanos. ISBN: mkt0002771663
- Habermas, J. (2006): Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la vida pública.. Gustavo Gili. ISBN: 9788425220159
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (2000): Pensar sobre los medios. Comunicación y crítica social.. Lom. ISBN: 9789562822770
- Nieto Soria, J.M. (2007): Propaganda y opinión pública en la historia.. Instituto universitario de historia de Simancas.. ISBN: 9788484484196
- Ruiz Sanromán, J.A. (1997): Introducción a la tradición clásica de la opinión pública.. Tecnos. ISBN: 9788430930654
- VV.AA. (2011): Conflictos, opinión pública y medios de comunicación: análisis de una compleja interacción. . Ministerio de Defensa. ISBN: 9788497816199
- Capellán, Gonzalo (2008): Opinión pública : historia y presente. Trotta. ISBN: 978-84-9879-012-2.
- López-Rabadán, P. & Casero-Ripollés, A. (2021): Comunicación política en tiempos de crisis: Del movimiento 15-M a la pandemia. Tirant lo Blanch.. ISBN: No encontrado

WEBS DE REFERENCIA:

Web / Descripcion
http://www.cis.es/cis/opencms/ES/index.html(http://www.cis.es) Centro de investigaciones sociológicas
https://www.journals.uchicago.edu/(http://www.journals.uchicago.edu) Revista especializada en opinión pública
https://academic.oup.com/poq(http://www.poq.oxfordjournals.org/) Revista especializada en opinión pública
https://elpais.com/(http://www.elpais.com) Diario generalista digital
http://www.elmundo.es/(http://www.elmundo.es) Diario generalista digital
https://www.elnortedecastilla.es/(http://www.elnortedecastilla.es) Diario regional digital

OTRAS FUENTES DE REFERENCIA:

El profesor facilitará a los alumnos una serie de referencias hemerográficas (artículos de prensa y artículos de revistas científicas) que completarán los contenidos de la asignatura.

PLANIFICACIÓN DEL PROCESO DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ASIGNATURA

METODOLOGÍAS:

MÉTODO DIDÁCTICO:

El método didáctico se utilizará para las clases teóricas y servirá para adquirir aquellos conocimientos que deberán ser aplicados posteriormente en las actividades prácticas.

MÉTODO DIALÉCTICO:

Esta metodología de enseñanza está destinada a las clases prácticas y especialmente a los comentarios críticos que se lleven a cabo en el marco de los seminarios fílmicos.

MÉTODO HEURÍSTICO:

Este método se desarrollará de forma individual o en grupo mediante actividades de evaluación continua (trabajos y estudio de casos prácticos) en las que el alumno deberá poner a prueba los conocimientos adquiridos además de su capacidad de iniciativa, liderazgo y trabajo en equipo. El objetivo es que el alumno tome un papel activo en el proceso de aprendizaje mediante la adquisición de conocimientos a través de la experimentación y la resolución de problemas.

CONSIDERACIONES DE LA PLANIFICACIÓN:

SEMANA 1

Explicación detallada de la guía docente.

SEMANAS 2-3 y 4

Tema 1. Antecedentes históricos de la Opinión Pública

(Clase presencial)

Actividad práctica. 'El Príncipe de Maquiavelo'

(Seminario y comentario 1)

SEMANAS 5-6 y 7

Tema 2. El fenómeno de la opinión pública y su investigación

(Clase presencial)

(Seminario, análisis de casos prácticos y comentario fílmico 2)

SEMANAS 8-9

Tema 3. Generación, desarrollo y funciones sociopolíticas del fenómeno de la opinión pública

(Clase presencial)

(Análisis de casos prácticos y comentario fílmico 3)

SEMANA 10

PRUEBA DE EVALUACIÓN (que valorará los contenidos estudiados en los Temas 1, 2 y 3)

SEMANA 11

Tema 4. La evolución de la investigación empírica sobre los efectos de los medios. Métodos y conclusiones de la etapa del Efecto Directo (1920-1940).

(Clase presencial)

Lectura complementaria.

SEMANA 12.

Tema 5. Etapa de la visión de los 'Efectos Limitados' (1940-1960)

(Clase presencial)

SEMANAS 13-14.

Tema 6. Etapa de transición (1960-1980)

(Clase presencial)

(Actividad práctica y comentario fílmico 4)

Tema 7. Etapa de la vuelta a los 'Efectos Poderosos' (1940-1960)

(Clase presencial)

(Comentario fílmico 5. Práctica en grupo)

SEMANA 15.

PRUEBA DE EVALUACIÓN (que valorará los contenidos estudiados en los temas 4, 5, 6, y 7)

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES Y EVALUACIONES:

PROGRAMACIÓN DE ACTIVIDADES:

Actividad	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	¿Se evalúa?	CO	CE
Práctica 1				X												X	X	X
Práctica 2							X									X	X	X
Práctica 3										X						X	X	X
Práctica 4													X			X	X	X
Práctica 5															X	X	X	X

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA ORDINARIA:

Para superar la asignatura el alumno deberá realizar dos pruebas de evaluación cuyo valor supone un 20% de la calificación total de la asignatura. La primera de ellas valorará los conocimientos adquiridos en los cuatro primeros temas del programa docente. La segunda se ocupará de evaluar los contenidos de los temas 5, 6, 7 y 8. Estas pruebas son de respuesta corta.

Asimismo, el alumno deberá entregar los cuatro comentarios fílmicos establecidos en la planificación en los que ha de aplicar los conocimientos teóricos vistos en clase (cada trabajo supone un 10% de la nota global).

La práctica 5 se realizará en grupo y requerirá la entrega de un informe sobre esta actividad (10%)

Las técnicas de observación tienen un valor del 10%.

*** Si el alumno realiza durante las pruebas de evaluaciónalgún procedimiento incorrecto (como por ejemplo, intentar copiar) el profesor estará obligado a comunicárselo a Decanato inmediatamente no permitiendo al alumno continuar con la realización del mismo.

*** Las pruebas de evaluación pueden suspenderse por faltas de ortografía. De hecho, unaprueba con tres faltas de ortografía de cualquier tipo en una prueba de cuatro folios estará suspenso.

*** Si el profesor detecta plagio en alguno de los trabajos de curso suspenderá el mismo automáticamente. El alumno no podrá repetir el citado trabajo.

***** El uso indebido de Internet en el aula se penalizará (chateo con smartphones) con la expulsión de clase del alumno. Por tanto, los móviles se guardarán en el aula durante la clase.**

*** El uso inapropiado de herramientas de inteligencia artificial, tendrán una calificación de cero (0). Asimismo, si se comprueba que este comportamiento irresponsable es generalizado o habitual por parte del estudiante, además de reflejarlo en su evaluación continua y final, puede acarrear la apertura de un expediente disciplinario.

CONSIDERACIONES DE LA EVALUACIÓN EN LA CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:

El profesor guardará todas aquellas notas de teoría y práctica en las que se haya obtenido más de 5 puntos sobre

10. Aquel alumno que no supere alguna de las partes establecidas en la convocatoria ordinaria deberá presentarse o entregar la parte correspondiente, cuyos porcentajes se mantienen idénticos a los de dicha convocatoria, tanto en teoría como en práctica.

SISTEMAS DE EVALUACIÓN:

SISTEMA DE EVALUACIÓN	PORCENTAJE (%)
Pruebas de respuesta corta	40%
Trabajos y proyectos	40%
Informes de prácticas	10%
Técnicas de observación	10%