

Opinió Pública (20360)

Titulació/estudi: Grau en Publicitat i Relacions Públiques

Curs: 1r

Trimestre: 2n

Nombre de crèdits ECTS: 4

Hores dedicació estudiant: 100 hores

Llengua o llengües de la docència: català

Professorat: Reinald Besalú i Lorena Gómez

1. Presentació de l'assignatura

Opinió Pública és una assignatura obligatòria del 1r curs del Grau en Publicitat i Relacions Públiques. L'assignatura consisteix en l'estudi de l'opinió pública i les transformacions històriques de l'esfera pública, i en l'anàlisi dels processos de comunicació política en els àmbits social, econòmic i cultural.

El curs té com a objectius generals:

1. Que l'alumnat sigui capaç de definir i construir una visió crítica de l'opinió pública en el marc de la comunicació social
2. Que l'alumnat pugui comprendre i avaluar críticament la influència dels diferents actors –especialment els mitjans de comunicació i els agents polítics- en la configuració de l'opinió pública segons els models d'interrelació i/o context sociohistòrics
3. Que l'alumnat sigui capaç de conèixer i avaluar críticament les diferents tècniques d'observació de l'opinió pública i el seu valor instrumental

2. Competències que s'han d'assolir

Generals:

Capacitat d'anàlisi crítica de la bibliografia proposada

Capacitat per comunicar els resultats del treball realitzat

Capacitat d'anàlisi, de síntesi i d'organització de la informació

Capacitat per treballar en grup

Específiques:

Capacitat per entendre i avaluar críticament els processos de formació de l'opinió pública i el paper que hi tenen els mitjans de comunicació

Capacitat per analitzar la incidència en l'opinió pública dels actors polítics i mediàtics

Capacitat per a investigar l'opinió pública

3. Continguts

Tema 1

Definició, característiques i conceptes bàsics de l'opinió pública

Dificultats de conceptualització de l'opinió pública: classificació de les definicions i anàlisi crítica. Proposta de redefinició i característiques de l'opinió pública.

Opinions i actituds, creences i valors; individu i grup; públic, massa i multitud. Funcions i procés de formació de l'opinió pública.

Tema 2

Recorregut històric i aproximació teòrica a l'estudi de l'opinió pública

Recorregut històric del concepte d'opinió: del món clàssic a l'era moderna. Evolució de l'espai públic i transformacions politico-socials.

Aproximació teòrica a l'estudi de l'opinió pública. La tradició clàssica. La tradició empírica.

Tema 3

Actors, processos i influències (I). Opinió pública i comunicació política

Opinió pública en règims autoritaris i democràtics. Definició i components de la comunicació política. Actors polítics en el procés de formació de l'opinió pública. Mitjans de comunicació i comunicació política. La comunicació electoral i la comunicació institucional. Internet i la participació política.

Tema 4

Actors, processos i influències (II). El camp demoscòpic i les tècniques qualitatives d'estudi de l'opinió pública

Les enquestes. Les fonts estadístiques. Tractament periodístic i utilització política dels resultats de les enquestes. La tècnica del panel, l'entrevista en profunditat, les anàlisis d'escrits dirigits a organismes públics, les observacions de comportaments col·lectius, les escales d'actitud, les anàlisis de contingut.

Tema 5

Actors, processos i influències (III). Les teories sobre els efectes persuasius dels mitjans

La noció d'efecte i la seva rellevància en l'estudi de l'opinió pública. Principis del segle XX: els efectes directes, l'agulla hipodèrmica, la guerra dels mons. Anys 40-60: els efectes limitats, teoria dels usos i les gratificacions, el líder d'opinió, la comunicació persuasiva. Anys 70: efectes poderosos sota condicions limitades. Efectes cognitius dels mitjans de comunicació sobre l'opinió pública: l'espiral del silenci i altres teories.

4. Avaluació

L'avaluació de l'assignatura es divideix en tres tipus d'activitats, avaluables d'1 a 10 i que s'aproven a partir del 5:

1. Examen sobre els continguts de l'assignatura (50% de la nota final)
2. Activitats de curs (45% de la nota final)
 - Tres seminaris sobre lectures i anàlisi de casos (15% cadascun)
3. Participació i assistència (5% de la nota final)

Requisits mínims per a optar a la recuperació de l'assignatura:

1. Haver-se presentat a l'examen
2. Haver assistit als tres seminaris del curs
3. Haver lliurat les activitats relacionades amb els seminaris

Requisits mínims per aprovar l'assignatura en l'avaluació ordinària:

1. Obtenir una nota igual o superior a 5 en l'examen
2. Haver assistit als tres seminaris del curs
3. Obtenir una nota mitjana total igual o superior a 5

Activitats de recuperació:

1. L'examen es recupera amb un nou examen
2. Les activitats suspeses es recuperen tornant-les a lliurar amb les millores proposades pels professors

Requisits mínims per aprovar l'assignatura en el període de recuperació:

1. Obtenir una nota igual o superior a 5 en l'examen
2. Obtenir una nota mitjana total igual o superior a 5, comptabilitzant l'examen (50%), les activitats de curs (45%) i la participació i l'assistència durant el curs (5%)

Activitat	Pes en la nota final	Requisits per aprovar l'activitat	Requisits per optar a la recuperació	Requisits per aprovar l'assignatura	Activitat de recuperació	Requisits per aprovar la recuperació
Examen	50%	Treure com a mínim un 5 sobre 10	Haver-s'hi presentat	Treure com a mínim un 5 sobre 10 de l'examen, treure com a mínim un 5 sobre 10 fent mitjana ponderada entre totes les activitats i haver assistit a als tres seminaris del curs	Nou examen i presentar els exercicis amb les millores proposades pels professors	Treure com a mínim un 5 sobre 10 de l'examen i treure com a mínim un 5 sobre 10 fent mitjana ponderada entre totes les activitats
Activitats de curs	45%	Treure com a mínim un 5 sobre 10 en cadascun dels exercicis	Haver presentat les tres activitats			
Assistència i participació	5%	Assistir regularment a classe i intervenir en les discussions i debats	Haver assistit als tres seminaris del curs			

5. Bibliografia i recursos didàctics

5.1. Bibliografia bàsica

Berganza, M.R.; Ruiz San Román, J.A. (coords.). (2005). Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en comunicación. Madrid: McGraw-Hill.

Berrio, J. (1990). L'opinió pública i la democràcia. Barcelona: Pòrtic.

Berrio, J. (2000). La comunicació en democràcia: una visió sobre l'opinió pública. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra et al.

Canel, M.J. (2006). Comunicación política. Una guía práctica para su estudio y práctica. Madrid: Tecnos.

Crespi, I. (2000). El proceso de opinión pública. Cómo habla la gente. Barcelona: Ariel.

D'Adamo, O.; García Beaudoux, V.; Freidenberg, F. (2007). Medios de comunicación y opinión pública. Madrid: McGraw-Hill.

Grossi, G. (2007). La opinión pública. Teoría del campo demoscópico. Madrid: CIS.

Igartua, J.J.; Humanes, M.L. (2004). Teoría e investigación en comunicación social. Madrid: Síntesis.

Igartua, J.J. (2006). Métodos cuantitativos de investigación en comunicación. Barcelona: Bosch.

Monzón, C. (2006). Opinión pública, comunicación y política. La formación del espacio público. Madrid: Tecnos.

Muñoz, A.; Monzón, C.; Rospir, J.L.; Dader, J.L. (1992). Opinión pública y comunicación política. Madrid: EUDEMA.

Noelle-Neumann, E. (2003). La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social. Barcelona: Paidós.

Sampedro, V. (2000). Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas. Madrid: Istmo.

5.2. Bibliografia complementària

AEDEMO (2000). Códigos y guías de ESOMAR y normas aplicables a la investigación de mercados. Barcelona: AEDEMO.

Aira, T. (2008). Màrqueting polític: l'art de guanyar eleccions. Del cartell a YouTube. Barcelona: Trípodos.

Alaminos, A. (1998). Teoría y práctica de la encuesta. Alicante: ECU.

Arendt, H. (1993). La condición humana. Barcelona: Paidós.

Aronson, E.; Pratkanis, A. (1994). La era de la propaganda. Uso y abuso de la persuasión. Buenos Aires: Paidós.

Bericat, E. (1998). Integración de los métodos cuantitativo y cualitativo en la investigación social. Barcelona: Ariel.

Cottle, S. (ed.) (2003). News, public relations and power. London: Sage.

Dhalgreen, P. (1996). Television and the public sphere. Citizenship, democracy and the media. London: Sage.

Escudero, L.; Garcia Rubio, C. (coord.) (2007). Democracias de opinión. Medios y comunicación política. Madrid: La Crujía.

Habermas, J. (2007). Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública. Madrid: Gustavo Gili.

Hallin, D.C.; Mancini, P. (2008). Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política. Barcelona: Hacer.

Lippman, W. (1922). Public opinion. New York: MacMillan.

McCombs, M. (2006). Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y el conocimiento. Barcelona: Paidós.

Moragas, M. (ed.). (1985). Sociología de la comunicación de masas. Barcelona: Gustavo Gili.

Muñoz, A.; Rospir, J.L. (1999). Democracia mediática y campañas electorales. Barcelona: Ariel.

Price, V. (1994). Opinión pública. Esfera pública y comunicación. Barcelona: Paidós.

Rey, F.; Piscitelli, A.P. (2004). Pequeño manual de encuestas de opinión pública. Madrid: La Crujía.

Rodríguez Osuna, J. (1991). Métodos de muestreo. Madrid: CIS.

Ruiz San Román, J.A. (1997). Introducción a la tradición clásica de la opinión pública. Madrid: Tecnos.

Sádaba, T. (2006). Framing. Una teoría para los medios de comunicación. Pamplona: Ulzama.

Sarabia, B.; Zarco, J. (1997). Metodología cualitativa en España. Madrid: CIS.

Sierra Bravo, R. (1995). Técnicas de investigación social. Madrid: Paraninfo.

5.3. Recursos didàctics

Exemples de premsa i lectures disponibles a l'aula global com a complement dels continguts exposats a classe.

6. Metodologia

Classes magistrals

Classes de seminari, en grup partit, on es discuteixen lectures i exercicis i s'expliquen les activitats a realitzar

Treball individual i grupal

Estudi individual

7. Programació d'activitats

	Dilluns	Dijous
Setmana 1		Presentació. Tema 1
Setmana 2	Tema 1	Tema 2*
Setmana 3	Tema 2	Tema 2*
Setmana 4	Tema 3	Tema 3*
Setmana 5	Tema 3	Seminari 1 (grup 1)
Setmana 6	Seminari 1 (grup 2)	Tema 4
Setmana 7	Tema 4	Seminari 2 (grup 1)
Setmana 8	Seminari 2 (grup 2)	Tema 4
Setmana 9	Seminari 3 (grup 1)	Seminari 3 (grup 2)
Setmana 10	Tema 5	Tema 5
Setmana 11	Tancament i repàs	

*Anàlisi de l'opinió pública (15')