

A N E X O I
RESOLUCIÓN DE DECANATO N°

AÑO:	2021
-------------	------

1- Datos de la asignatura

1.1 Nombre: Opinión Pública

1.2 Código: 1108

2- Rendimiento Académico:

2.1 Desgranamiento:

Matrícula inicial	Cantidad de alumnos desertores del curso	Cantidad de alumnos que desaprobaron el curso
27	10	0

2.2 Aprobación (completar según corresponda a su modalidad)

Cantidad de alumnos que aprobaron por promoción	Cantidad de alumnos que aprobaron la cursada
17	17

2.3 Otras modalidades

3 Condicionantes en la ejecución del plan

Considera que los objetivos de la asignatura se cumplieron:	Totalmente	Parcialmente	Escasamente
	si		

En caso de no haberse cumplido en su totalidad, enuncie las principales causas:

4 Innovaciones

Pudimos implementar trabajos prácticos de investigación de opinión pública con temas de interés para los estudiantes, llevando a cabo las instancias iniciales de las mismas (análisis del estado del arte, análisis cuantitativo de estadísticas de fuentes secundarias, diseño de cuestionario y en algunos casos se desarrolló un campo con encuestas) Este año se intentará iniciar antes esta etapa práctica y metodológica que le permite a los estudiantes por un lado asimilar conceptos teóricos, por otro lado tener información de interés para su especialización y posicionamiento como futuros periodistas.

5 Anexo de documentación solicitada

En el primer examen desde un punto de vista teórico se deberá comprender que es la Opinión Pública (OP), cuales son las definiciones de los principales autores, el rol de la elite y de los medios de comunicación.

También se buscará que los estudiantes tengan información más actualizada sobre las diferencias en estudios de investigación de mercado (IM) y de estudios de OP, entre Big Data y OP.

Por último se tomará dentro de la evaluación un conocimiento de la dinámica de las redes sociales y su influencia en la construcción de la OP.

Respecto al segundo parcial y trabajo grupal, se buscará principalmente que los estudiantes diferencien entre estudio de fuentes secundarias y entre estudios de OP. Al mismo tiempo se valorará la comprensión de lectura de datos y cuadros de estudios de OP con finalidad periodística, pudiendo diferenciar además las diferentes metodologías utilizadas.

6 Observaciones

En aquellos grupos que lo deseen, y donde exista una motivación extra sobre alguna temática de interés que pueda ser considerada como objeto de estudio, el año pasado 2021, orientamos los esfuerzos de la Unidad de Estudios de Casos, para avanzar en la realización de una investigación real para obtener algunos resultados que les permitan especializarse o iniciar en el camino de la investigación en temas que les interesen.



**INSTRUMENTO A PLAN DE TRABAJO
DEL EQUIPO DOCENTE**

A N E X O II
RESOLUCIÓN DE DECANATO N°920/18

AÑO: 2022

1- Datos de la asignatura

Nombre | Opinión Pública

Código | 1108

Tipo (Marque con una X)

Obligatoria	X
Optativa	

Modalidad (Marque con una X)

Presencial	
Híbrida ¹	X

Nivel (Marque con una X)

Pregrado	
Grado	X

Área curricular a la que pertenece | Área Administración

Departamento | Ciencias Sociales

Carrera/s | Tecnicatura Universitaria en Periodismo Digital

Ciclo o año de ubicación en la carrera/s | Tercer año

Carga horaria asignada en el Plan de Estudios:

Total	64
Semanal	4

Distribución de la carga horaria (semanal) presencial de los alumnos:

¹Ver instrucciones anexas

Teóricas	Prácticas	Teórico - prácticas
		4

Relación docente - alumnos:

Cantidad estimada de alumnos inscritos	Cantidad de docentes		Cantidad de comisiones		
	Profesores	Auxiliares	Teóricas	Prácticas	Teórico-Prácticas
45	1				1

3- **Composición del equipo docente** (Ver instructivo):

Nº	Nombre y Apellido	Título/s
1.	Gabriel Fernando Sapienza	Magister en Metodología de Investigación
2.		

Nº	Cargo								Dedicación			Carácter			Cantidad de horas semanales dedicadas a: (*)				
	T	As	Adj	JTP	A1	A2	Ad	Bec	E	P	S	Reg.	Int.	Otros	Docencia		Investig.	Ext.	Gest.
											Frente a alumnos		Totales						
1.			X								X			X	4	10	0	0	0
2.																			

(*) la suma de las horas Totales + Investig. + Ext. + Gest. no puede superar la asignación horaria del cargo docente.

4- Plan de trabajo del equipo docente

1. Objetivos de la asignatura.

- Reconocer las diferentes dimensiones que subyacen en la formación y apropiación de la opinión desde lo individual a lo colectivo.
- Conocer y analizar las herramientas de marketing en el ámbito político.

2. Enunciación de la totalidad de los contenidos a desarrollar en la asignatura.

La formación de la opinión. Lo individual y lo colectivo. Opinión pública y poder.

Comunicación política y espacio público. Opinión política y Marketing

Político.

Investigación cuantitativa y cualitativa. Oportunidad, usos, alcances y limitaciones

OBJETIVOS A LOGRAR POR EL ALUMNO EN EL TRANCURSO DE LA CURSADA

- Conocer distintos métodos de análisis de la opinión pública
- Interpretar datos provenientes de encuestas y otros estudios de opinión
- Analizar la estructura de cuestionarios y tipos de preguntas.
- Incrementar su capacidad de razonar, aprender y aplicar el conocimiento en análisis de casos.
- Acrecentar su habilidad para la búsqueda, selección y manejo de bibliografía específica.
- Expresar y comunicar claramente sus resultados y conclusiones en forma verbal y escrita con el lenguaje técnico adecuado.
- Incrementar su capacidad para trabajar en grupo en forma coordinada y participativa.
- Adoptar una actitud crítica en la discusión de resultados y conclusiones.
- Desarrollar práctica en la escritura técnica
- Interpretar la importancia, desarrollo y perspectivas de la opinión pública en la Argentina.

El cumplimiento de estos objetivos permitirá lograr un perfil académico-profesional que implique una formación técnica básica en el área de la Opinión Pública en particular y en Periodismo Digital, que prepare al/la estudiante para desempeñarse en ámbitos académicos, y/o para un desempeño profesional independiente.

3. Bibliografía (básica y complementaria).

BASICA

- Álvarez C. A M. (2011) - Metodología de la Investigación Cuantitativa y Cualitativa Guía Didáctica – Comunicación Social y periodismo. Universidad Surcolombiana

- Blois, J. P. (2014). Mercado, opinión pública y sociología en la Argentina.
- Bourdieu, P. (1990). La opinión pública no existe. Sociología y cultura, 239-250. Descripción de Actividades de aprendizaje.
- Cabrera, D. (2010). En defensa de las encuestas. Revista POSTData: Revista de Reflexión y Análisis Político, 15(2), 191-216.
- Castromil Antón R. Pseudo entorno y estereotipos (Lippmann). Madrid. Política y Medios.net
- Fernández P. E. (2013) Las audiencias en la era digital: interacción y participación en un sistema convergente. La Plata. Argentina. Questión
- Gravan Lamuedra M. (2011) Medios de Servicio Público, periodismos Alternativo y Esfera Pública deliberativa. Hacia un nuevo consenso sobre el rol del periodismo en la era digital. España. Revista Chasqui.
- Herrera M. (2017) La vigencia de Lippmann para el estudio de la opinión pública. La Rioja. Unir revista
- Neumann, E.N. (1995). La espiral del silencio. Una teoría de la opinión pública. Ferry, Jean-Marc et al. El Nuevo Espacio Público, Gedisa
- Sabina C.; Romero-Rodríguez L. M.; Aguaded Ignacio. (2020) El lenguaje como creador de realidades y opinión pública: análisis crítico a la luz del actual ecosistema mediático. Ecuador. FLACSO. ICONOS
- Stecconi, N. (2006) Del mito de la caverna a la teoría del framing: Una lectura de la obra que instituyó el discurso predominante en la relación entre los mass-media y la opinión pública. Argentina. Revista Question
- Tapia N. E (2018) El uso del Big Data en los estudios de opinión pública. México. Instituto Belisario Domínguez
- Timerman R.; Malagoli J.C (2017) Quiero ser candidato. Buenos Aires. Argentina. Comunicaciones Sudamericanas.

COMPLEMENTARIA

- Antoine, J. (2003). El sondeo, herramienta de marketing. Deusto.
- Archenti, N. (1995). Las encuestas preelectorales: ¿una herramienta científica o política? Lo que vendrá, 3(6), 121-122.
- Delgado Gutiérrez, J. M., & Gutiérrez, J. (2007). Métodos y técnicas cualitativas en investigación social. España: Editorial Síntesis.
- Hernández Sampieri, R. METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION. Quinta edición, año 2010.
- Korn, F. (2002). Encuestas electorales: ¿pronósticos científicos o pasatiempos mundanos? Ciencia Hoy, 12(71), 61.
- Neumann, E. N. (2010). La espiral del silencio: opinión pública: nuestra piel social. Paidós Editorial, Barcelona.
- Sartori, G. (2014). Homo videns: La sociedad teledirigida. Gius. Laterza&Figli Spa.
- Sartori, G. (2010). Elementos de Teoría Política, alianza editorial.
- Sinopoli, D. (1997). Opinión Publica y Consumo Culturales. Buenos Aires Editorial Docencia.

4. Descripción de Actividades de aprendizaje.

* Elaboración de síntesis y fichas técnicas de diferentes investigaciones de opinión pública. Efectuar análisis críticos fundados en cuestiones metodológicas

* Elección de un tema de investigación con desarrollo de propuesta metodológica adecuada al objeto de análisis. Formulación de hipótesis para explicar hechos, fenómenos y proponer la metodología de la investigación más pertinente para su comprobación.

* Resolución de guías de estudio y verificar inconsistencias, limitaciones en los argumentos sostenidos por algún autor, y plantear puntos de vista alternativos, descifrar el significado de diversas formas de información presentadas en gráficos, tablas, cuadros, etc. para expresar tendencias, relaciones, etc.

* Exposición oral de investigaciones desarrolladas, con espacio a debate entre pares.

5. Cronograma de contenidos, actividades y evaluaciones.

Opinión Pública. Cronograma de contenidos, actividades y evaluaciones. (Lun y miér 19:30 a 21:30)					
	Fecha	Detalle		Fecha	Detalle
1	22-ago	Presentación materia	17	24-oct	Recuperatorio 1er Parcial
2	24-ago	Escucha estudiantes y definición plan	18	26-oct	Unidad VI: Metodologías cualitativas
3	29-ago	Unidad I: Conceptos y Teorías de la opinión pública.	19	31-oct	Unidad VII: Estudios de casos reales y exposición de TP individuales
4	31-ago		20	2-nov	
5	05-sep		21	7-nov	
6	7-sep		22	9-nov	Armado de Grupos y organización de temas
7	12-sep		23	14-nov	Metodología aplicada a los trabajos de grupos
8	14-sep	Unidad II: Opinión pública, internet y redes sociales	24	16-nov	
9	19-sep			21-nov	inactividad académica

	21-sep	FERIADO	25	28-nov	Presentación avances Trabajos prácticos grupales - 2do Parcial
10	26-sep	Unidad III: Opinión Pública y Mercado	26	30-nov	
11	28-sep	Unidad IV: Opinión Pública y Política	27	5-dic	
12	03-oct		28	7-dic	Devolución y notas
13	05-oct	Primer Parcial	29	12-dic	Recuperatorio Segundo Parcial
14	10-oct	Unidad V: Metodologías cuantitativas	30	14-dic	Unidad VIII: Neurociencia y opinión pública
	12-oct	FERIADO	31	19-dic	
15	17-oct	Devolución y notas	32	21-dic	22-dic Cierre y Notas
16	19-oct	Unidad V: Metodologías cuantitativas			

Unidad I: Conceptos y Teorías de la opinión pública.

¿Qué es la opinión pública? Lo individual y lo colectivo.
Evolución histórica y pensadores clásicos y modernos
Técnicas de propaganda y manipulación.
Procesos de formación de la misma
Medios de comunicación y opinión pública.
Esfera Pública y democracia.

Unidad II: Opinión pública, internet y redes sociales

Nueva era: Internet el ágora digital
Opiniones globalizadas. Aspectos positivos y negativos

Infoxicación. Banalización, consumismo y otros factores de riesgo
Diferencias entre tipos de redes, portales y blog. Análisis y particularidades
Tipos de contenidos. Manipulación y Fake News
Segmentación y tipologías

Unidad III: Opinión Pública y Mercado

Tensión entre academia y mercado
Opinión Pública y mercado.
Publicidad y construcción de necesidades
Imaginario. Reputaciones de marcas.
Tendencias. Influencers
¿Prosumidores o consumidores?

Unidad IV: Opinión Pública y Política

Pensamiento Hegemónico. Significantes opuestos
Voto por convicción o ideología.
Pérdida de ideologías y anti política.
Política de espectáculo y farandulización.
Campañas políticas y construcción de agenda
Big data y opinión pública.

Unidad V: Metodologías de investigación cuantitativas

Método para medir la opinión pública
Tipos de estudios probabilísticos y no probabilísticos
Muestra y margen de error
Obtención de datos (on line, paneles, telefónico, coincidental, presencial)
Pros y contra de cada metodología
Diseños de instrumentos. Tipos de preguntas
Introducción al análisis de datos
Interpretación de informes y presentación de resultados

Unidad VI: Metodologías de investigación cualitativas

Ventajas y desventajas
Entrevistas a informantes claves y formadores de opinión

Entrevistas cualitativas
Focusgroups
Observación Participante
Aplicación en marketing político, marketing y publicidad

Unidad VII: Estudios de casos reales

Estudios de casos reales (encuestas de opinión pública)
Calidad Democrática y confianza de las instituciones
Preocupaciones y Prioridades según zona y características sociodemográficas
Estudios diacrónicos, verificación de éxito y cambios de estrategia política
Análisis y comprensión de datos
Técnicas para presentar los resultados

Unidad VIII: Neurociencia y opinión pública

Filtros, creencias y percepción selectiva.
Tipo de pensamientos. Procesos de aprendizaje y construcción de identidad.
Cuanto influye la comunicación no verbal. Análisis de debates

MATERIAL AUDIOVISUAL y DE APOYO

- Artículo: Transmisión radio - La Guerra de los mundos (1938), OrsonWelles.
- Artículo: Paradojas de la democracia (2020) Marcela Justo - Página 12.
- Película: Jojobabbit (2019) - pedir link de google drive
- Película: Sonotornato (2018) Luca Miniero - pedir link de google drive
- Capítulo Serie Black Mirror - Caída en picado - Temporada 3 episodio 01 – Netflix
- Documental: Nada es privado (sobre Cambridge Analytica) Netflix
- Película: Amor por contrato o Familia Jones (2009)
- Capítulo Serie Black Mirror - 15 millones de méritos - Temporada 1 episodio 02 – Netflix
- Capítulo Serie Black Mirror - The Waldo Moment - Temporada 2 episodio 03 – Netflix
- Película: El senador Bulworth (1998) - pedir link de google drive
- Película: Experta en Crisis (2015) - pedir link de google drive
- Artículo: La política del espectáculo (2018) Bárbara Ester CELAG
- Análisis debate entre Nixon y Kennedy de 1960 - Youtube
- Análisis del 1er debate presidencial 2019 Argentina

- Película: Spotlight – En Primera Plana (2015) - pedir link de google drive
- Podcast Población y salud mental en pandemia - Alicia Stolkiner - Marca de Radio. Eduardo Aliverti

6. Procesos de intervención pedagógica.

El proceso de intervención pedagógica será llevado a cabo mediante clases teórico prácticas. En las mismas se relacionará el contenido de la bibliografía con fenómenos sociales ocurridos en la historia moderna y en la actualidad. Cada eje temático tendrá a su vez un trabajo práctico APE que permitirá reflexionar sobre estos contenidos y o contrastarlos con la realidad. Para ello se utilizarán artículos periodísticos, estudios de opinión pública reales y se propiciará el análisis de películas y series que sean pertinentes a la unidad teórica en curso.

Por lo expuesto, se propiciará la utilización de estudios de casos reales y del análisis de la metodología de investigación, para lograr que los estudiantes asimilen nuevos conocimientos teóricos prácticos, como así también tengan un diagnóstico objetivo sobre los fenómenos intervinientes en la formación de la opinión pública.

En este contexto, el dictado de la parte práctica se dará especial atención a:

- Planteo de casos y situaciones problemas en los trabajos prácticos propiamente dichos y/o a través de actividades especiales realizándose la discusión de resultados de campo publicados en distintos medios de comunicación
- La incorporación del trabajo en grupos, tanto del análisis de la bibliografía como de las reflexiones y paralelismos con la realidad.
- Reconocimiento de diferentes metodologías y diseños experimentales acorde a los correspondientes objetivos e hipótesis en cuestión.
- El análisis crítico para identificar las mejores metodología para un objeto de estudio y o sus posibles puntos débiles.
- El análisis e interpretación de los resultados en estudio, de manera clara y objetiva
- La búsqueda de aspectos relevantes para la formación de la opinión pública, en la realidad y en películas y o series.
- La exposición y el debate de las actividades resueltas frente al docente y a sus pares
- Dado la situación epidemiológica y la disposición de recursos de la Facultad, la cursada se realizará de manera virtual, bajo la modalidad de clases sincrónicas, con exámenes parciales y finales presenciales

7. Evaluación

Para cumplir con este propósito los estudiantes serán evaluados de manera continua en los siguientes aspectos

- Participación activa
- Capacidad de trabajo individual y en grupo.
- Capacidad de comprensión, observación y razonamiento
- Empleo de conocimientos previos en la resolución de situaciones problemas
- Dominio de información relevante
- Análisis, interpretación e integración de ideas, resultados y conocimientos
- Capacidad de comunicación escrita y oral

- Adquisición de conocimientos propios de la asignatura

La evaluación de los aspectos antes mencionados permitirá reconocer las debilidades y errores que inciden negativamente en los aprendizajes. Así esta información podrá ser empleada durante el transcurso del cuatrimestre para mejorar las estrategias de enseñanza y el aprendizaje en aquellos estudiantes que lo requieran.

Durante el dictado de la asignatura se prevé que cada estudiante realice en forma escrita y oral informes y/o ponencias que permitirán evaluar la capacidad de los mismos para expresarse en forma comprensible utilizando vocabulario adecuado.

Para ello, las evaluaciones serán organizadas de la siguiente manera:

- a) 1. Un examen parcial escrito, individual y presencial con su respectivo recuperatorio; 2. Un trabajo práctico grupal y su presentación oral con apoyo visual de PPT o similar (esta será la nota del 2do parcial)
- b) APES (4APES)
 1. Síntesis/presentación individual de 1 autor de la bibliografía
 2. Análisis de películas/artículos/podcast y exposición de temáticas relevante a la material
 3. Búsqueda y análisis de artículo de opinión pública y de estadísticas o fuentes secundarias
 4. Trabajo de búsqueda y estudio de caso individual e informe escrito y exposición oral del caso seleccionado

Las APES son requisitos para la promoción y los estudiantes deberán aprobar como mínimo el 50% de las mismas. Para el caso de los exámenes habilitantes no será obligatorio el cumplimiento de las APES.

Tanto el primer parcial como el segundo parcial grupal, se evaluará mediante una escala de 1 a 10.

Los estudiantes que alcancen un promedio de 6 (seis) o más puntos y que no tengan aplazo en ninguna instancia de evaluación, estarán en condiciones de promocionar la materia.

Quienes obtengan un promedio de entre 4 (cuatro) y 5 (cinco) puntos; pasarán al examen final.

8. Asignación y distribución de tareas de cada uno de los integrantes del equipo docente.

Las tareas del profesor serán las siguientes:

Llevar adelante los objetivos de este PTD.

Formular, hacer seguimiento y evaluar las metas y objetivos.

Preparar las clases en base a nuevos emergentes y o contexto

Exponer y enseñar los contenidos teóricos a partir de la bibliografía y material de estudio

Guiar y promover el análisis crítico de estudios de opinión pública publicados en el pasado y en el presente

Aclarar dudas, explicar, replantear métodos a partir del feedback de los estudiantes

Llevar adelante cronograma de temas y de instancias evaluatorias

Corregir APES y exámenes

Controlar asistencia y eventualmente avisar a secretaria académica y o quien corresponda
Evaluar a los estudiantes y pasarles un feedback de puntos a mejorar
Realizar escucha activa de inquietudes, sugerencia y propuestas de les estudiantes
Favorecer el trabajo en equipo y la generación de conocimiento transversal.
Incentivarlos a una correcta lectura de datos para que en el futuro puedan brindar información objetiva y confiable
Resolver situaciones de su futura actividad profesional y relacionar el mundo real con la teoría.
Completar formularios y trámites administrativos internos para un correcto funcionamiento del sistema
Participar de reuniones y equipos de apoyo de la UNMDP

9. Justificación – (optativo)