



Programa de estudio

1.-Área académica

Cualquiera

2.-Programa educativo

Cualquiera

3.-Dependencia/Entidad académica

Universidad Veracruzana Virtual

4.-Código

5.-Nombre de la Experiencia educativa

6.-Área de formación

4.-Código	5.-Nombre de la Experiencia educativa	6.-Área de formación	
		Principal	Secundaria
UVVI 80001	Análisis de la Opinión Pública	Electiva	

7.-Valores de la experiencia educativa

Créditos	Teoría	Práctica	Total horas	Equivalencia (s)
5	30	15	45	Ninguna

8.-Modalidad

9.-Oportunidades de evaluación

Curso virtual	AGJ= Cursativa
---------------	----------------

10.-Requisitos

Pre-requisitos	Co-requisitos
Ninguno	Ninguno

11.-Características del proceso de enseñanza aprendizaje

Individual / Grupal	Máximo	Mínimo
Grupal	25	10

12.-Agrupación natural de la Experiencia educativa (áreas de conocimiento, academia, ejes, módulos, departamentos)

13.-Proyecto integrador

<p>Cuerpo Académico: Metodologías y Aplicaciones de las Técnicas y Modelos Estadísticos</p> <p>Áreas de Conocimiento: Ciencias Políticas, Ciencias Sociales, Estadística, Tecnologías de la Información</p> <p>Eje Teórico: Concepto de Opinión Pública,</p> <p>Eje Heurístico: Análisis de medios y comportamiento de las encuestas y su influencia</p>	
--	--

Eje Ético: Promover una cultura política democrática	
--	--

14.-Fecha

Elaboración	Modificación	Aprobación
06/11/2007		

15.-Nombre de los académicos que participaron en la elaboración y/o modificación

Dra. Patricia Andrade del Cid Dr. Claudio Rafael Castro López
--

16.-Perfil del docente

Licenciado, Maestro o Doctor en Ciencias Sociales, Ciencias Políticas, o Comunicación. Poseer las competencias señaladas por la UV2 para la facilitación de cursos en línea. Preferentemente haber participado como alumno en un programa en la modalidad virtual y haber facilitado algún curso en la modalidad virtual.

17.-Espacio

Institucional	
---------------	--

18.-Relación disciplinaria

Interdisciplinariedad

19.-Descripción

Esta experiencia educativa pertenece al área de Formación de Elección Libre (AFEL) del Modelo Educativo Integral y Flexible (MEIF) y posee valor de 5 créditos (**2 horas teóricas, 1 práctica**). Se origina en el hecho de que en la actualidad los universitarios están inmersos en la cultura de la información -informativos de radio y televisión, Internet, prensa, revistas- y no tienen una idea fundamentada de la forma en que se estructura la opinión pública, misma que juega un papel importante en la construcción de una sociedad democrática. Para ello es fundamental que se reflexione en el papel que juegan los medios de comunicación para orientar, manipular o dirigir la opinión de la mayoría de la población; de la misma manera las encuestas que se publican en los medios pueden influir en el comportamiento de la opinión. El estudiante debe reflexionar en estos temas -desarrollando saberes heurísticos y axiológicos- ya que la democracia requiere construir ciudadanía, y un ciudadano es una persona que utiliza la información en beneficio de la sociedad. La evaluación se evidencia en la participación individual o grupal y en trabajo de investigación por escrito.

20.-Justificación

México está viviendo momentos importantes de transición política. La democracia es un camino que se está construyendo en medio de veloces cambios tecnológicos y estructuras económicas globalizantes que afectan el entorno social. La información que emiten los medios de comunicación es un factor importante en el proceso de democratización al representar un papel relevante en la vida cotidiana del ciudadano del siglo XXI. Los grandes medios de comunicación son empresas privadas que representan intereses de grandes capitales. En la actualidad ya no es discutible la enorme influencia que tienen en la opinión pública. Sin embargo los ciudadanos no tienen la información pertinente al respecto. Es decir, no conocen las estrategias de agenda informativa que se generan en distintos ámbitos de la vida pública. Por ello es importante que los universitarios de las áreas sociales, políticas y administrativas conozcan y analicen el papel de los medios en la conformación de la opinión, porque es la opinión

pública la que vota, la que decide si quiere un México democrático o un México autoritario, gobernado por grupos de poder inamovibles y mundiales.

21.-Unidad de competencia

El estudiante analiza encuestas y medios de comunicación para explicar cómo influyen en el comportamiento de la opinión pública, con el fin de contribuir en el desarrollo de una nueva cultura democrática en nuestro País.

22.-Articulación de los ejes

Los saberes que se abordan en esta experiencia educativa se relacionan con la construcción del concepto de opinión pública desde el nacimiento de la prensa escrita hasta la información que ofrecen los modernos medios de comunicación (**eje teórico**). El conocimiento de estos conceptos llevarán al estudiante a analizar cómo se construye la agenda informativa en los medios de comunicación (**eje heurístico**) y con ello la “opinión pública”; este análisis le permitirá *hacer conciencia* de la importancia de la opinión pública para promover una nueva cultura democrática (**eje axiológico**) que el México del siglo XXI requiere.

23.-Saberes

Teóricos	Heurísticos	Axiológicos
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Concepto de opinión pública ▪ Comportamiento de la opinión de acuerdo a la exposición a medios. ▪ Procesos de agenda de opinión pública - Agenda de medios - Agenda del público - Agenda política ▪ Influencia de las encuestas en la conformación de opinión pública 	<ul style="list-style-type: none"> • Análisis de contenido de informativos en distintos medios de comunicación • Análisis de las encuestas publicadas en distintos medios de comunicación. • Diseño de estrategias para promover una nueva cultura democrática. 	Promover una nueva cultura democrática Colaboración Respeto a las ideas de otros Compromiso Responsabilidad Honestidad académica

24.-Estrategias metodológicas

De aprendizaje	De enseñanza
<ol style="list-style-type: none"> 1. Lectura, síntesis e información 2. Búsqueda de fuentes de información 3. Estudios de casos 4. Mapas conceptuales 5. Organizadores previos 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pistas tipográficas y discursivas 2. Mapas conceptuales 3. Estudios de caso 4. Moderación de debates en foro 5. Ilustraciones

25.-Apoyos educativos

Materiales didácticos	Recursos didácticos
Libros, Antologías, Periódicos.	Computadora con conexión a Internet Televisión Radio Páginas Web

26.-Evaluación del desempeño

Evidencia (s) de desempeño	Criterios de desempeño	Campo (s) de aplicación	Porcentaje
Ejercicios prácticos de análisis de casos.	<ul style="list-style-type: none">• Destrezas de análisis e interpretación.• Aplicación de conceptos teóricos a situaciones nuevas• Integración entre teoría y práctica• Metodología para abordar el estudio de los casos.	Web	40%
Participación en foros de discusión	<ul style="list-style-type: none">• Participación activa• Respeto a la opinión de otros.• Uso correcto de las reglas ortográficas.• Manejo del tema de discusión.• Atención a los lineamientos específicos para	Web	20%
Trabajos de investigación	<ul style="list-style-type: none">• Planteamiento de objetivos, hipótesis, metodología y resultados.• Uso correcto de las reglas ortográficas.• Presentación de bibliografía actualizada.	Web	40%

27.-Acreditación

Para acreditar esta EE el estudiante deberá haber presentado con suficiencia cada evidencia de desempeño, es decir que en cada una de ellas haya obtenido cuando menos el 60%.

28.-Fuentes de información

Básicas

Bibliografía:

- Andrade, P. (1998). Perspectivas para la Investigación en Comunicación Política En *Razón y Palabra*, 12, recuperado el 20 de noviembre de 2006 de <http://www.cem.itesm.mx/dacs.publicaciones/logos>.
- Andrade, P. (2007) *Fundamentos de Opinión Pública*. Antología en www.uv.mx/redopinion.
- Andrade, P. (2007) *Relatos del Periodismo Veracruzano. El presente en la noticia*. México: Instituto Electoral Veracruzano.
- Bardin, L (1986). *El análisis de contenido*. Madrid: Akal
- Bregman, D.(1995). La función de agenda: una problemática en transformación, *El nuevo espacio público*. 210-223, Barcelona: Gedisa.
- Habermas, J.,(1981). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Gustavo Gilli
- Holli A. Semetko (1995). Investigación sobre tendencias de la agenda setting en los noventa. *Comunicación Política*. Madrid: Universitat.
- Monzon Arribas, Cándido. *La opinión pública*. Teorías, conceptos y métodos. Madrid: Tecnos, 1996
- Rivadeneira Prada, Raúl. *La opinión pública*. México: Trillas, (5º edic) 1996.

Complementarias

- Bryan, K.W. *La era de la manipulación*. México: (5º edic) Diana, 1994
- Caletti, Sergio (2000). Quién dijo República. Notas para un análisis de la escena pública contemporánea. *Versión. Estudios de Comunicación Política*, 10, 15-58. México: Universidad Autónoma Metropolitana
- Gutiérrez J. (1984). *Periodismo de Opinión*. Madrid: Paraninfo.
- Habermas J. (1987): *Teoría de la acción comunicativa.II*. Madrid: Taurus
- Katz, E. Blummer, J. y Gurevitch, M. (1985). Usos y gratificaciones en la comunicación de masas. *Sociología de la comunicación de masas*. 252-286. Barcelona: Gustavo Gilli