

PROGRAMA DE OPINIÓN PÚBLICA						
I.- DATOS GENERALES						
Nombre de la Carrera o Programa: COMUNICACIÓN SOCIAL						
Nombre de la Asignatura: Opinión Pública						
Departamento y/o cátedra: Ciencias de la Comunicación Pública						
Régimen: <i>Semestral</i>				Número de Unidades Crédito: 5		
Ubicación en el plan de estudios: Cuarto semestre						
Tipo de asignatura:				N° horas semanales:		
Obligatoria	x	Electiva		Teóricas:	2	Prácticas/Seminarios 2
Prelaciones/Requisitos:				Asignaturas a las que aporta: Del <u>ciclo básico</u> : Metodología; Estadística; Ética de la Comunicación Social.		
Fecha de aprobación del Programa por el Consejo de Facultad: 28/9/2015						

II.- JUSTIFICACIÓN	
<p>Con antecedentes normativos remotos, que se encuentran en la antigüedad clásica, el estudio de la opinión pública ha suscitado interés y controversias que se mantienen hasta hoy.</p> <p>Considerada a partir de la Edad Contemporánea como el fundamento de las nacientes democracias, su análisis se hizo crecientemente empírico y sistemático con la evolución de las ciencias sociales en el siglo XX. La descripción, explicación y proyección de fenómenos políticos y sociales han estado a menudo ligadas desde entonces al análisis del proceso de conformación y cambio de la opinión pública.</p> <p>El área reviste especial interés para los comunicadores sociales, pues la comunicación tanto interpersonal como mediática constituyen la base de dicho proceso.</p>	
III.- CONTRIBUCIÓN DE LA ASIGNATURA AL DESARROLLO DE LAS COMPETENCIAS	
Esta unidad curricular contribuye al desarrollo de las competencias generales, profesionales básicas y específicas siguientes:	
Competencia general: Aprender a aprender con calidad	
Abstrae, analiza y sintetiza información	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica elementos comunes en diferentes situaciones o contextos 2. Descompone, identifica, clasifica y jerarquiza elementos comunes 3. Resume información de forma clara y ordenada 4. Integra los elementos de forma coherente 5. Valora críticamente la información

<p>Aplica los conocimientos en la práctica</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Selecciona la información que resulta relevante para resolver una situación 2. Elabora una síntesis para sí mismo o para comunicarla a otras personas 3. Establece y evalúa la eficacia y la eficiencia de los cursos de acción a seguir de acuerdo con la información disponible 4. Implementa el proceso a seguir para alcanzar los objetivos mediante acciones, recursos y tiempo disponible 5. Evalúa los resultados obtenidos
<p>Identifica, plantea y resuelve problemas</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reconoce diferencias entre una situación actual y la deseada 2. Analiza el problema y obtiene la información requerida para solucionarlo 3. Formula opciones de solución que responden a su conocimiento, reflexión y experiencia previa 4. Selecciona la opción de solución que resulta más pertinente, programa las acciones y las ejecuta 5. Evalúa el resultado de las acciones ejecutadas
<p>Realiza investigaciones</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Realiza búsquedas de información, exhaustivas y sistemáticas, en fuentes impresas y digitales, relacionadas con temas de investigación de su interés 2. Formula interrogantes cuya resolución requiere la aplicación de los criterios metodológicos establecidos por las comunidades científicas 3. Diseña proyectos de investigación de factible ejecución 4. Recolecta datos, organiza y procesa la información cuantitativa y cualitativa requerida para demostrar el logro de los objetivos del proyecto 5. Analiza los resultados obtenidos mediante el uso de herramientas estadísticas y técnicas cualitativas y elabora conclusiones
<p>Competencia general: Aprender a convivir y servir</p>	
<p>Se involucra con su medio sociocultural</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica y asume como propias las problemáticas de su contexto sociocultural 2. Propone soluciones desde su campo disciplinar a problemas de su entorno



	<ol style="list-style-type: none"> 3. Comparte con el otro su compromiso con el medio socio-cultural 4. Actúa, con sentido humano y ético, para mejorar su entorno sociocultural 5. Valora su compromiso con el medio socio-cultural
Reflexiona y cuestiona su propia actuación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Revisa su quehacer personal y en relación con el otro 2. Valora su actuación en relación con el otro 3. Actúa en concordancia con su reflexión 4. Implementa cambios a nivel personal que inciden en el bienestar de otros 5. Promueve en otros la reflexión y valoración crítica de la actuación personal
Actúa según valores éticos compartidos	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica los valores de la sociedad y la cultura 2. Comparte los valores de la sociedad y la cultura donde se desenvuelve 3. Demuestra valores éticos en sus acciones cotidianas 4. Transmite los valores morales y éticos compartidos en su cultura 5. Promueve, con su ejemplo, comportamientos éticos en el otro
Competencia general: Aprender a trabajar con el otro	
Participa y trabaja en equipo	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica roles y funciones de todos los miembros del equipo 2. Realiza las tareas establecidas por el equipo 3. Cumple diversos roles dentro del equipo 4. Utiliza formas de comunicación que favorecen las relaciones de interdependencia 5. Coordina las acciones del equipo hacia el logro de la meta común
Toma decisiones efectivas para resolver problemas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica el problema 2. Analiza el problema 3. Plantea alternativas de solución 4. Ejecuta la opción que considera más adecuada para la solución del problema 5. Promueve los cambios necesarios para asegurar la calidad de los resultados en el tiempo



Actúa creativamente ante diversas situaciones	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica, personal o colectivamente, situaciones que requieren soluciones creativas 2. Propone opciones novedosas de solución 3. Analiza críticamente las opciones propuestas 4. Aplica la solución de mayor beneficio-costo 5. Evalúa, individual o colectivamente, la solución aplicada en términos de novedad, valor y eficacia
Competencia general: Aprender a interactuar en el contexto global	
Se desempeña eficazmente en contextos internacionales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Describe la realidad internacional actual 2. Valora la diversidad cultural en escenarios globales 3. Se integra a los distintos contextos internacionales 4. Participa en grupos multiculturales cooperativamente bajo la modalidad presencial o virtual 5. Transfiere prácticas culturales efectivas a otros contextos
Competencia profesional básica: Interpreta la realidad social	
Investiga la realidad cultural y social	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identifica problemáticas pertinentes desde el punto de vista comunicacional 2. Obtiene información de fuentes confiables mediante métodos de investigación procesos documentales propios de la comunicación social 3. Evalúa la calidad de la información a la luz de los principios teóricos, éticos y legales de la profesión
Interpreta problemáticas sociales con sentido crítico, reflexivo y ético	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contextualiza problemáticas desde una perspectiva histórica y cultural 2. Analiza problemáticas de la realidad social de manera crítica, reflexiva y autónoma, haciendo uso de conceptos y procedimientos de las ciencias sociales 3. Articula el conocimiento de la realidad con valores y principios éticos
Competencia profesional básica: Gestiona proyectos comunicacionales	
Diagnostica necesidades de comunicación	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recolecta datos acerca de un entorno sociocultural, organizacional o de mercadeo 2. Analiza los datos recolectados con metodologías específicas



	3. Identifica necesidades comunicacionales
Formula proyectos comunicacionales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Define los objetivos de un proyecto 2. Determina los recursos disponibles y los necesarios para ejecutar el proyecto 3. Analiza las características de la audiencia objetivo 4. Diseña estrategias comunicacionales 5. Determina los medios apropiados según los mensajes y las audiencias 6. Define criterios para evaluar el proyecto a lo largo de su desarrollo 7. Evalúa el proyecto en sí mismo
Implementa proyectos comunicacionales	<ol style="list-style-type: none"> 1. Determina criterios para la administración de recursos financieros 2. Conformar equipos de trabajo con los recursos humanos apropiados 3. Elabora o supervisa la elaboración de productos comunicacionales 4. Aplica criterios para monitorear el cumplimiento de objetivos
Evalúa los resultados de un proyecto comunicacional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Verifica el cumplimiento de los criterios de evaluación establecidos en el proyecto 2. Compara los resultados obtenidos con los deseados 3. Determina el nivel de satisfacción de las necesidades que le dieron origen

IV.- CONTENIDOS	
Unidad I. El estudio de la Opinión Pública	<ol style="list-style-type: none"> 1. Orígenes del concepto 2. Las aproximaciones normativas iniciales en la antigüedad clásica hasta su definición en términos liberales y democráticos 3. Su análisis desde una perspectiva empírica y progresivamente cuantitativa
Unidad II. La Opinión Pública como un producto social	<ol style="list-style-type: none"> 1. La opinión pública como resultado de una discusión o debate en torno a un asunto de relevancia pública 2. Fases del debate 3. Diferencias entre multitud (emociones compartidas), masa (atención compartida) y público (agrupamientos según intereses) 4. Actores y espectadores en los distintos públicos
Unidad III. La Opinión Pública como	<ol style="list-style-type: none"> 1. La agregación de verbalizaciones o expresiones individuales en torno a temas de orden público



agregado de expresiones individuales	<ol style="list-style-type: none"> 2. Actitudes y opiniones 3. Componentes de un sistema actitudinal: marco evaluativo (valores e intereses), cognición (conocimiento y creencias), afecto (sentimientos), aspecto conativo (intenciones conductuales)
Unidad IV. La Opinión Pública como proceso multidimensional y transaccional	<ol style="list-style-type: none"> 1. Componentes psicológicos, sociológicos y políticos de la opinión pública 2. La interacción entre ellos 3. Las hipermediaciones 4. La comunicación ciudadana 5. El espacio público 6. Los Rumores
Unidad V. Medios de Comunicación, líderes de opinión y Opinión Pública	<ol style="list-style-type: none"> 1. El papel de los medios y de los líderes en la conformación de la opinión pública 2. Los efectos de imprimación (priming) y de enmarcamiento (framing) 3. Los niveles de información sobre los asuntos públicos; factores motivacionales, educativos y técnicos que los afectan 4. Posiciones mayoritarias y minoritarias ante asuntos públicos. 5. Agenda Setting. La espiral del silencio
Unidad VI. Medición e investigación de la Opinión Pública	<ol style="list-style-type: none"> 1. Principales instrumentos de análisis 2. Encuestas 3. Tipos de encuestas 4. Lectura e interpretación de tablas cruzadas (cross-tabs) 5. Grupos focales 6. Análisis de contenido

V.- ESTRATEGIAS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE

DOCENTES	ESTUDIANTES
<ol style="list-style-type: none"> 1. Método expositivo/lección magistral 2. Lecturas dirigidas 3. Estudios de caso 4. Aprendizaje basado en problemas 5. Búsqueda de información en diferentes fuentes 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Escuchar atentamente 2. Elaboración de mapas de conceptos y mentales, cuadros sinópticos y esquemas 3. Exposición de temas semanales 4. Resumen y análisis de documentos

VI.- ESTRATEGIAS DE EVALUACIÓN

Las estrategias de evaluación sugeridas para la asignatura *Opinión Pública* son:

1. Informe sobre el estudio de casos.
2. Prácticas en el aula.
3. Exposición oral.
4. Prueba objetiva.
5. Ensayo.



VII.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

TEXTOS

Bibliografía básica general:

- Bonnelly, Rafael. (2011). *La Huella Social. Cómo los usuarios tomaron control de Internet*. Caracas: Ediciones de El Nacional.
- Bowman, S., Willis, C. (2005). *Nosotros, el medio. Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información*. California: The Media Center del American Press Institute. Traducción en Español por Guillermo Franco M.
- Castells, Manuel. (2012). *Redes de indignación y esperanza: los movimientos sociales en la era de Internet*. Madrid: Alianza Editorial.
- Cornella, Alfonso. (2005). "La infoxicación. Infomanía". En: *Revista de innovación*. N°37. Barcelona España.
- Dewey, John. (2004). *La opinión pública y sus problemas*. Madrid: Ed. Morata.
- Habermas, Jürgen. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- Martel, Frédéric. (2012). *Cultura Mainstream: Cómo nacen los fenómenos de masas*. Madrid: Santillana Ediciones Generales.
- Monzón, Cándido. (1996). *Opinión pública, comunicación y política. La formación del espacio público*. Madrid: Ed. Tecnos.
- Noelle-Nuemann, Elizabeth. (1995). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Ed. Paidós.
- Price, Vincent. (1994). *La opinión pública. Esfera pública y comunicación*. Barcelona: España: Paidós Comunicación.
- Rey Lennonn, Federico; Piscitelli Murphy, Alejandro P. Pequeño. (2004). *Manual de encuestas de opinión pública*. Argentina: Editorial La Crujía.
- Scolari, Carlos. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Sojo, Iván Abreu. (2006). *El estudio de la opinión pública*. Caracas: Vadel Hermanos Editores.
- Vargas Llosa, Mario. (2012) *La civilización como espectáculo*. Madrid: Santillana Ediciones Generales.
- Valles, Miguel. (1997). *Técnicas cualitativas de investigación social*. España: Editorial Síntesis Sociología.
- Wolton Dominique. (1998). La comunicación política: construcción de un modelo, en Jean Marc Ferry, Wolton y otros. *El nuevo Espacio Público*. Barcelona: Editorial Gedisa.

PÁGINAS WEB

- Revista Comunicación - http://www.gumilla.org/?p=publication_magazine&id=2&entid=publication_magazine
- Revista Diálogos de la Comunicación - <http://www.dialogosfelafacs.net/>
- Revista Infoamérica - <http://www.infoamerica.org>



Revista Latina - <http://www.ull.es/publicaciones/latina>

Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación -
<http://www.alaic.net/revistaalaic/index.php/alaic>

Revista Quórom - <http://produccioncientificaluz.org/index.php/quorum/index>

Revista Razón y Palabra - <http://www.razonypalabra.org.mx>

Revista Telos - <http://telos.fundaciontelefonica.com>

Revista Temas de Comunicación -
<http://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/temas/index.php/temas>

GUÍAS Y MATERIAL DE APOYO

Definidas por el profesor al inicio de cada período académico.

