



Datos generales

- **Periodo de Examen Extraordinario: Del 21 al 28 de junio de 2025**
- **Fechas de aplicación: 21 de junio**
- **Nombre de la profesora: Georgina Rodríguez Palacios**
- **Clave de la materia: 2402/1425**
- **Nombre de la materia: OPINIÓN PÚBLICA Y PROPAGANDA**
- **Licenciatura: Ciencias de la Comunicación**
- **Semestre al que pertenece: 4**
- **Carácter de la materia (obligatoria u optativa): Obligatoria**
- **Número de créditos: 8**

Características del examen

TEMARIO Y BIBLIOGRAFÍA

- **Unidad 1. Antecedentes y concepto de opinión pública**

J. M. Morales, Rodríguez, Reyes, y O'quinn, "[Opinión pública y democracia](#), algunas aportaciones para su estudio", en *Espacios públicos*, México, UAEM, 2011.

Habermas, Jürgen (1981). "Delimitación propedéutica de un tipo de la publicidad burguesa" en [Historia y crítica de la opinión pública](#). Barcelona, Gustavo Gilli, pp. 41-64.

Habermas, Jürgen (1981). "Estructuras sociales de la publicidad" en [Historia y crítica de la opinión pública](#). Barcelona, Gustavo Gilli, pp. 41-64.

- **Unidad 2. Formación de la opinión pública en México**

Felipe Gaytán Alcalá, "Lo contingente de la palabra: [Imprenta y Opinión Pública en el México Independiente](#) (1821–1824)", Revistas La Salle, 2010.

Rafael Rojas, *La escritura de la independencia: el surgimiento de la opinión pública en México*, Taurus-CIDE, 2010.

Faviola Torres, *Prensa, opinión pública y sociedad en el Porfiriato*, tesis de Historia, UMSNH, 2018, [pp. 24-83](#).

https://memoricamexico.gob.mx/swb/memorica/Cedula?old=JfJ_H4QBQtMxhQCTB8Lb

- **Unidad 3. Posturas teóricas sobre la opinión pública**

Cándido Monzón, "[Orígenes y primeras teorías sobre la opinión pública](#): el liberalismo y el marxismo", *Revista de Estudios Políticos*, núm. 44, 1985, pp. 81-113.



Aguilar, L. (1987, octubre-diciembre). [Una reconstrucción del concepto de opinión pública](#). *Revista Mexicana de Ciencias Políticas*, 130, 97-115. FCPyS-UNAM.

- **Unidad 4. El concepto de propaganda en los estudios de comunicación de masas**

Ferrer, E. (1995). "[La propaganda política](#)". En *De la lucha de clases a la lucha de frases*. España, Taurus, pp. 168-181.

Leonard W. Doob, "[Goebbels y sus principios propagandísticos](#)" en *Sociología de la comunicación de masas*, Gustavo Gili, Barcelona, 1986, pp. 122-153.

Rebeca Yanke, "[Por qué nos amenaza de nuevo el virus del fascismo](#)", en *El Mundo*, 28 de mayo de 2018.

Domenach, J. (1974). [La propaganda política](#). Buenos Aires: Eudeba, pp. 9-39.

Antonio Pineda Cachero, "El [modelo de propaganda de Noam Chomsky](#): medios mainstream y control del pensamiento", *Ámbitos*, núm. 6, 2001, pp. 191-210.

- **Unidad 5. Propaganda y redes sociales**

Antonio Pineda Cachero, "El [modelo de propaganda de Noam Chomsky](#): medios mainstream y control del pensamiento", *Ámbitos*, núm. 6, 2001, pp. 191-210.

Documental *El dilema de las redes sociales* (2020), dir. Jeff Orlowski, Estados Unidos.

Documental *El gran hackeo* (2019), dirs. Karim Amer y Jehane Noujaim, Estados Unidos.

Matthew Rosenberg, Nicholas Confessore y Carole Cadwalladr, "La empresa que explotó millones de datos de usuarios de Facebook", en [New York Times](#), 20 de marzo de 2018.

S/a, "Facebook confirma lo que ya se sabía: gana miles de millones usando tus datos para mostrarte publicidad", [ABC](#), 11 abril de 2019.

- **Unidad 6. Opinión pública en las encuestas**

Yamil Nares, "Breve historia de las encuestas: el arte de observar la democracia", en *Letras Libres*, febrero-abril 2018, [parte I](#) y [parte II](#).

Pierre Bourdieu, "[La opinión pública no existe](#)", en *Debates en Sociología*, núm. 17, 1992, pp. 301-311.

Carlos Huneeus, "Las encuestas de opinión pública en las nuevas democracias de América Latina", *Revistas UDEA*, <https://revistas.udea.edu.co/index.php/ceo/article/download/6772/6205/18853>

Raúl Rojas. "[El margen de error en las encuestas de opinión](#)", en *El Universal*, 26 de mayo de 2024.



RECURSO DE EVALUACIÓN

Instrucciones:

- Consulta las fuentes señaladas en el programa oficial de la asignatura **OPINIÓN PÚBLICA Y PROPAGANDA**, así como en la bibliografía incluida en estos lineamientos. Podrás emplear otras fuentes en calidad de complementarias, pero se evaluará la comprensión de los textos asignados como obligatorios.
- Lee con atención y asegúrate de comprender las indicaciones. Si tienes dudas o inquietudes, puedes consultarme directamente por correo electrónico.
- La evaluación tomará en cuenta la calidad de la redacción, ortografía y uso correcto de citas textuales. Lee varias veces tu trabajo antes de entregarlo, para verificar que no tenga errores.
- Todo plagio será penalizado, hasta con una calificación reprobatoria.

Características de presentación del trabajo:

El trabajo se deberá entregar en un documento .docx o .pdf, con las siguientes características:

- Portada con los datos de identificación del estudiante y la materia
- Cada actividad/pregunta (2-6) puede ser respondida como un ensayo, si bien se puede servir de infografías o cuadros comparativos para complementar la información. La organización de cada ensayo deberá contener los elementos normales de introducción, desarrollo, conclusión y bibliografía, con una extensión máxima de 3 páginas por cada uno.
- La elaboración de la línea del tiempo (primera actividad) deberá ser clara y profesional, empleando herramientas adecuadas y con todos los elementos señalados. Puede ser agregada al trabajo como imágenes o como un link que dirija a la línea del tiempo en la herramienta en línea que se haya empleado para su desarrollo.
- Tipo de letra: Times New Roman, 12 ptos., espaciado 1.5.
- Extensión máximo del trabajo completo: 15 páginas

Examen

ACTIVIDADES

1. Investiga lo necesario para elaborar una línea del tiempo en la que presentes el contexto en el que surgió y se transformó la opinión pública desde el siglo XIX hasta la actualidad, tanto en el mundo occidental europeo como en México. Asegúrate de incluir el papel de los medios de comunicación. Incluye, por lo menos, los siguientes términos y ordénalos cronológicamente: surgimiento de la burguesía, periódicos, clubes políticos, tertulias y salones burgueses, Independencia de México, Porfiriato, Revolución mexicana, surgimiento de la televisión, nacimiento del cine, movimientos obreros, surgimiento de la radio, socialismo, Partido Liberal Mexicano, comunismo, nazismo, fascismo, Primera Guerra Mundial, Segunda Guerra Mundial, Guerra Fría, surgimiento de internet, origen de las redes sociales (al menos 4), plataformas digitales, encuestas de opinión. Recuerda basar tu investigación en fuentes confiables.



2. Explica el concepto de *opinión pública*, cómo ha sido definida a través del estudio de lo político y del estudio de los medios de comunicación. Presenta el origen de la opinión pública en las sociedades modernas occidentales según Habermas y haz una comparación con el desarrollo de la opinión pública en México. Emplea las fuentes que se brindan en las unidades 1 y 2 del temario.
3. Analiza y compara las dos grandes perspectivas para el estudio de la opinión pública: desde el punto liberal y desde el marxismo. Es necesario que tomes como base las fuentes que se incluyen en la unidad 3 del temario, pero puedes complementar con otras fuentes confiables.
4. Explica qué es la *propaganda* y cómo se ha usado para persuadir o incluso imponer ideologías políticas tanto en regímenes totalitarios, como la Alemania nazi, como en países supuestamente democráticos, como Estados Unidos. Puedes tomar como base la bibliografía incluida en la unidad 4. Después, elabora una reflexión sobre cómo los principios de propaganda empleados por el nazismo se han seguido empleando en nuestra sociedad actual. Para ello, elige un ejemplo concreto de un hecho mediático que haya sucedido recientemente, en el cual se presenta como verdad alguna información que haya sido manipulada para servir a fines propagandísticos. Asegúrate de explicar dicho acontecimiento con detalle, qué consecuencias tuvo, e incluye las fuentes en las que te basaste.
5. Relaciona el punto anterior (4) con la realidad actual. Para esto, explica cómo ha sido la transformación desde el uso de los medios de comunicación masiva para controlar la información en forma de propaganda según Chomsky hasta el uso de las redes sociales y el papel que las empresas que son dueñas de las redes han tenido en la propaganda, opinión pública y las elecciones (fuentes de la unidad 5). Puedes complementar tu respuesta con la elaboración de una infografía que explique la influencia de las redes sociales en la opinión pública actual.
6. Define qué son las encuestas de opinión pública y analiza el papel que han tenido en los procesos electorales recientes, con base en las fuentes de la unidad 6. Elige un ejemplo de la vida electoral reciente en nuestro país o en el mundo, y haz un análisis de las encuestas para valorar qué tanto se han usado con fines propagandísticos o de qué maneras han servido para realmente conocer las preferencias electorales de la ciudadanía. Finalmente, agrega una reflexión sobre por qué se dice que “la verdadera encuesta de opinión se da el día de las elecciones”, explicando a qué se refiere la frase.

Criterios de acreditación

- Valor de la actividad 1: 5%
- Valor de cada actividad (2-6): 15%
- Uso adecuado de referencias y citas bibliográficas: 10%
- Ortografía y redacción: 10%

Fecha de contacto entre profesora y alumnado

El examen deberá entregarse por correo electrónico a más tardar el 21 de junio de 2025.

email: georgina.rodriguez@politicas.unam.mx

