



Proyecto/Guía docente de la asignatura

Asignatura	OPINIÓN PÚBLICA		
Materia	FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA		
Módulo	OP.2.M1		
Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas		
Plan	458	Código	42901
Periodo de impartición	Segundo Cuatrimestre	Tipo/Carácter	Optativa (Op)
Nivel/Ciclo	Segundo ciclo	Curso	3
Créditos ECTS	3 créditos ECTS		
Lengua en que se imparte	Español		
Profesor/es responsable/s	Ángel Carrasco Campos		
Departamento(s)	Sociología y Trabajo Social		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	angel.carrasco.campos@uva.es		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

La asignatura forma parte de la materia “Fundamentos de la comunicación publicitaria”. Asimismo, la asignatura forma parte de la oferta de optativas de los itinerarios 2 (“Gestión de las relaciones públicas en empresas e instituciones”), 3 (“Planificación estratégica de la comunicación publicitaria”), 4 (“Investigación de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas”), y 5 (“Dirección y consultoría de la comunicación corporativa e institucional”).

En este contexto curricular, la asignatura “Opinión pública” procura contenidos teóricos, conocimientos y herramientas prácticas propias de la sociología para conocer e investigar los procesos gestión, configuración y análisis de la opinión pública.

1.2 Relación con otras materias

La asignatura tiene relación con las asignaturas “Psicología de la comunicación” y “Teorías de la comunicación y de la información”, puesto que permite profundizar y ampliar los contenidos teóricos que ofrecen, así como ofrecer casos prácticos de análisis y estudio. Guarda también relación con la asignatura “Métodos y técnicas de investigación social” al ofrecer un ámbito concreto de aplicación de dichas técnicas. Por otra parte, la asignatura guarda también relación, respecto a su objeto de estudio, con las asignaturas “Públicos y usuarios de la comunicación publicitaria”, “Redes sociales de comunicación”. “Fundamentos de las Relaciones Públicas”, “Relaciones públicas institucionales”.

1.3 Prerrequisitos

No se establecen prerrequisitos. Se recomienda, no obstante, haber cursado las asignaturas “Teorías de la comunicación y de la información” (primer curso) y “Psicología de la comunicación” (segundo curso). Asimismo, se recomienda un mínimo de hábitos de lectura.



2. Competencias

2.1 Generales

- CG-1. Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos sobre el campo científico al que se adscribe el grado y de algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de ese campo.
- CG-3. Capacidad de reunir e interpretar datos esenciales para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas esenciales de índole social, científica o ética.

2.2 Específicas

- CE-1. Conocimientos fundamentales de comunicación.
- CE-4. Conocimiento del entorno. Conocimiento del entorno económico, psicosocial, cultural y demográfico que lo capacite para interactuar con la sociedad.
- CE-15. Capacidad y habilidad para la creación y desarrollo de elementos gráficos, imágenes, símbolos o textos.
- CE-20. Capacidad para trabajar en equipo, desarrollando la apertura personal a través de la comunicación oral y escrita.
- CE-23. Capacidad de análisis, de síntesis y juicio crítico. Saber objetivar las tareas y relacionar las causas y los efectos.
- CE-27. Capacidad para el análisis objetivo de la realidad y extracción de consideraciones válidas.



3. Objetivos

- Proporcionar formación básica integral sobre los aspectos teóricos, metodológicos, contextuales y estratégicos de la opinión pública.
- Facilitar elementos teóricos, conceptuales y metodológicos para comprender la formación de la opinión pública, así como para ejercitar su análisis y potenciar su rol estratégico.
- Fomentar la capacidad crítica, reflexiva y de expresión (tanto oral como escrita) del alumnado.
- Procurar debate crítico en torno a los contenidos de la asignatura y el futuro ejercicio profesional del alumnado.





4. Contenidos y/o bloques temáticos

La asignatura se organiza en sesiones semanales de dos horas (2h) de clase. Para un mejor aprovechamiento del curso se establecerá una dinámica teórico-práctica, con diferentes actividades en casa sesión (ver “d. métodos docentes”).

La composición de la asignatura establece 10 temas que mantienen entre ellos elementos de continuidad. Por esta razón, los contenidos quedan agrupados en un único bloque temático, cuyas características se detallan a continuación.

a. Contextualización y justificación

La actividad profesional de la gestión de la comunicación (tanto de la comunicación publicitaria como de las relaciones públicas) exige de un conocimiento de los procesos de formación y análisis de la opinión pública. Esta asignatura pretende un análisis, desde un punto de vista sociológico, del propio concepto de opinión pública, de los procesos psico-sociales de formación de la opinión pública, de los actores y elementos contextuales implicados en ese proceso, de los principales modelos teóricos para su estudio, así como de las estrategias, recursos y herramientas para su observación y análisis.

b. Objetivos de aprendizaje

Ver punto 3 de la guía

c. Contenidos

TEMA 1: El concepto de opinión pública: primeras aproximaciones

TEMA 2: Elementos para el análisis de la opinión pública

TEMA 3: Opinión pública, ficción y realidad

TEMA 4: Procesos psico-sociales y opinión pública

TEMA 5: Espiral del silencio y opinión pública

TEMA 6: Líderes de opinión

TEMA 7: Opinión pública, agendas y encuadres

TEMA 8: *Fake news* y posverdad

TEMA 9: Odio y desinhibición en internet

TEMA 10: Tecnopolítica y opinión pública

d. Métodos docentes

La docencia presencial de la asignatura queda agrupada en sesiones semanales en las que se combinarán actividades de teoría y de prácticas. En cualquier caso, a pesar del empleo de diferentes métodos docentes y de la distinción en sesiones teóricas y prácticas, se primará ante todo el carácter unitario y teórico-práctico de la asignatura.

Las diferentes sesiones combinarán actividades de explicación por parte del profesor de los diferentes contenidos del temario y de discusión conjunta en el aula a través de debates, comentarios de texto, visionado comentado de material audiovisual, exposiciones orales, etc. En estas actividades se espera cierta implicación



del alumnado en el comentario, análisis y preparación mínima de las problemáticas expuestas. Se procurará el trabajo en grupo del alumnado, a través de diferentes grupos de trabajo permanentes a lo largo del curso (ver plan de trabajo).

- Exposiciones de los temas por parte del profesor/a y comentario conjunto con los alumnos.
- Actividades de presentación, lectura/visionado y discusión de textos, videos, y distinto material audiovisual sobre se realizará trabajo colectivo (alumnos-profesor) durante las horas de clase, como complemento y refuerzo a la exposición del profesor/a.
- Realización de ejercicios sobre los contenidos de la asignatura.
- Orientación, guía y tutela de trabajos individuales y en grupo.
- El campus virtual será una herramienta fundamental de comunicación alumno-profesor, sobre todo para la facilitación de materiales y la entrega de trabajos y ejercicios.

e. Plan de trabajo

El trabajo durante las sesiones presenciales combinará la exposición de los conceptos e ideas fundamentales de cada uno de los temas, con el comentario colectivo de diferentes materiales (textos clásicos, artículos científicos, informes o datos institucionales, material audiovisual, etc.).

El trabajo no presencial de la asignatura requerirá la preparación de los materiales teóricos y, eventualmente, la realización de ejercicios breves y/o trabajos tutelados (según disponga el/la profesor/a).

Si fuera preciso, y cuando lo fuera, el profesor indicará y facilitará aquellos materiales que pudieran utilizarse en actividades presenciales, de acuerdo con las necesidades de cada sesión. Se recomienda a los estudiantes la consulta del campus virtual con regularidad.

Se recomienda el seguimiento presencial de la asignatura tanto para una mejor comprensión de los elementos teóricos de la asignatura, como para la elaboración de las actividades prácticas (cuyas pautas serán explicadas en las sesiones presenciales). Asimismo, se recomienda el seguimiento habitual del campus virtual de la asignatura.

f. Evaluación

La asignatura priorizará una evaluación continua durante el curso, mediante la realización de actividades formativas en el aula y la presentación a final de curso de un ejercicio de análisis. No obstante, se reservará la opción de una evaluación final mediante examen en cada una de las convocatorias. Ambas modalidades (continua y final mediante examen) serán excluyentes.

EVALUACIÓN CONTINUA – Primera convocatoria (ordinaria)

Este proceso de evaluación contará con un ejercicio individual escrito, a final de curso, y varios ejercicios breves de análisis, también individuales, a lo largo del curso.

50% de la calificación (hasta 5 puntos): ejercicio escrito individual de análisis de caso al final de curso

- Al finalizar el periodo de docencia se facilitará un análisis de caso que incluya todos los elementos teóricos trabajados a lo largo del curso.
- Los plazos para la realización de este ejercicio serán acordados con los/as estudiantes en la última semana de curso.
- Este análisis de caso seguirá un modelo estructurado en el que se incluirán preguntas breves sobre el caso propuesto.



50% de la calificación (hasta 5 puntos): actividades formativas en el aula

- Para el seguimiento de la evaluación continua, es imprescindible la realización en el aula, en el turno correspondiente de actividad presencial de, al menos, tres de los cinco ejercicios solicitados a lo largo del curso. Quienes no cumplan ese requisito quedarán excluidos del proceso de evaluación continua y deberán presentarse a examen. En el campus virtual de la asignatura estará disponible un calendario de organización de actividad presencial para que se comunique al profesor, con suficiente antelación, cualquier incidencia justificada en la asistencia a clase.
- Cada ejercicio puntuará hasta un máximo de 1 punto. Cada ejercicio no realizado ni entregado en plazo y forma será calificado con 0 puntos.

NOTA: PODRÁN EMPLEARSE SISTEMAS DE DETECCIÓN DE PLAGIO. EN APLICACIÓN DEL REGLAMENTO DE ORDENACIÓN ACADÉMICA, LOS EJERCICIOS CON EVIDENCIAS DE PLAGIO TENDRÁN LA CALIFICACIÓN DE SUSPENSO

EVALUACIÓN FINAL – Primera convocatoria (ordinaria)

- Seguirán este modelo de evaluación quienes no acrediten un seguimiento continuado del curso mediante la entrega de, al menos, tres de las cinco actividades formativas en el aula.
- Se realizará mediante examen presencial en la convocatoria oficial anunciada en la página web de la Facultad de CCSJC. Consistirá en dos partes:
 1. Breve ejercicio sobre conceptos básicos de la asignatura (30%). El ejercicio consistirá en definir y relacionar entre sí algunos de estos conceptos básicos.
 2. Desarrollo de conceptos a partir de comentario de texto (70%). Se facilitará un fragmento de alguna de las lecturas básicas de la asignatura, y se propondrán una serie de preguntas o cuestiones para su desarrollo.

SEGUNDA CONVOCATORIA (extraordinaria)

Se mantendrán las mismas condiciones de evaluación.

- Quienes acrediten un seguimiento continuado durante el curso (tres de las cinco actividades formativa en el aula), podrán presentar un dossier completo con todos los ejercicios realizados durante el curso.
- Quienes no acrediten un seguimiento continuado durante el curso deberán realizar la prueba de examen, en convocatoria oficial, que tendrá las mismas características que el examen de primera convocatoria.

g Material docente

g.1 Bibliografía básica

- ASCH, S. (1951). “Los efectos de la presión de grupo sobre la modificación y deformación de juicios”. Versión original en inglés: “Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgements”. In H. Guetzkow (ed.). *Groups, leadership and men; research in human relations* (177-190). Oxford (UK): Carnegie Press.
- CANTRIL, H. (1985). “La invasión desde Marte”. En M. De Moragas (ed.). *Sociología de la comunicación de masas. Vol. II* (91-110). Barcelona: Gustavo Gili.
- DADER, J. L. (1992). “El concepto problemático de opinión pública”. En *El periodista en el espacio público*. Barcelona: Bosch.
- LIPPMANN, W. (2003). “El mundo exterior y nuestras imágenes mentales”. En *La Opinión Pública*. Madrid: Editorial C. de Langre.
- FENOLL, V. (2015). “El trol de internet”. *Digitos*, 1, 179-197
- GÓMEZ DE ÁGREDA, Á. (2018). “Posverdad y fake news: falsas noticias, no noticias falsas”. *Telos*, 109, 18-21.
- MILGRAM, S. (2005). “Los peligros de la obediencia”. *Polis*, 11.
- NOELLE-NEUMANN, E. (1995). “La espiral del silencio”. En *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra*



- piel social*. Barcelona: Paidós.
- SÁDABA, T. (2001). "Origen, aplicación y límites de la «teoría del encuadre» (framing) en comunicación". *Communication & Society* 14(2), 143-175.
- SAPERAS, E. (1985). "«The People's Choice». El redescubrimiento de los grupos primarios". En *La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos* (131-141). Barcelona: Ariel.
- SAPERAS, E. (1987). "La agenda-setting function". En *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas* (53-88). Barcelona: Ariel.
- TORET, J. (2013). "Multiplicación y difusión de prácticas tecnopolíticas". En *Tecnopolítica: la potencia de las multitudes conectadas* (41-54). Barcelona: UOC
- URIBE, R. y MANZUR, E. (2007). "Los estudios de opinión y su influencia en las preferencias de las personas". *Psyche*, 16(2), 97-105.

g.2 Bibliografía complementaria

- ADORNO, T. W. y otros (2006). "La personalidad autoritaria (prefacio, introducción y conclusiones)". *Empiria*, 12, 155-200.
- APARICI, R. y GARCÍA-MARÍN, R. (coord.). *La posverdad: una cartografía de los medios, las redes y la política*. Barcelona: GEdisa.
- ASCH, S. (1955). "Opinion and Social Pressure". *Scientific American*, 193(5), 31-35.
- BRYANT, J. y ZILLMAN, D. (1996). *Los efectos de los medios de comunicación, Investigaciones y teorías*. Barcelona: Paidós.
- BOURDIEU, P. (1973). "La opinión pública no existe". *Les temps modernes*, 318, pp. 1292-1309.
- BOUZA, F. (1998). "Comunicación política: encuestas, agendas y procesos cognitivos electorales". *Praxis sociológica*, 3, pp. 49-58.
- CHOMSKY, N. (1997). "What Makes Mainstream Media Mainstream". *Z Magazine*.
- CHOMSKY, N. y HERMAN, E. S. (1995). *Los guardianes de la libertad. Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*. Barcelona: Grijalbo,
- CLAVERO, J. A. (2018). "Posverdad y exposición selectiva a fake news". *Contexto*, 29, 167-180.
- EDWARD, D. (2001). "El modelo de propaganda. Una perspectiva". *Rebellion-org*.
- ENTMAN, R. (1993). "Framing: Toward Clarification of a fractured paradigm". *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- GONZÁLEZ, J. J. y BOUZA, F. (2009). *Las razones del voto democrático en España (1977-2008)*. Madrid: La catarata.
- HABERMAS, J. (1986). *Historia y crítica de la opinión pública*. México: Gustavo Gili.
- KATZ, E. (1957). "The Two-Step Flow of Communication: An Up-To-Date Report on a Hypothesis". *The Public Opinion Quarterly*, 21(1) 61-78.
- KATZ, E. and LAZARSFELD, P. (1955). *Personal Influence: the Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. Chicago: The Free Press.
- KATZ, E.; HAAS, H. & GUREVITCH, M. (1973). "On the use of the mass media for important things". *American Sociological Review*, 38(2), 164-18.
- LANG, K. y LANG, G. (1966), "The Mass Media and voting". Berelson, B. & Janowitz, M. (eds.). *Reader in Public Opinion and Communication*. New York: Free Press Paperbacks.
- LAZARSFELD, P. F.; BERELSON, B. & GAUDET, H. (1944). *The people's choice: how the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York: Columbia University Press
- LARA, T. (2009). "La nueva esfera pública. Los medios de comunicación como redes sociales". *Telos*, 76.
- LAZARSFELD, Paul F. (1953). "The election is over". *Public Opinion Quarterly*, 53.
- LIPPMANN, W. (2003). *La Opinión Pública*. Madrid: Editorial C. de Langre.
- MARTÍNEZ-NICOLÁS, M. (2011). "De la brecha digital a la brecha cívica". *Telos*, 86, 24-36.
- McCOMBS, M. and SHAWN, D. (1972). "The agenda-setting function of mass media". *The Public Opinion Quarterly*, 36 (2), pp. 176-187.
- McCOMBS, M. (1994), "Influencing the pictures in our heads: two dimensions of Agenda-setting", *Masu Komyunikeishon Kenkyu (Journal of Mass Communication Studies)*, 45.
- MONZÓN, C. (1996). *Opinión pública, comunicación y política*. Madrid: Tecnos.
- MUÑOZ ALONSO, A. et al. (1990). *Opinión pública y comunicación política*. Madrid: Eudema.
- NOELLE-NEUMANN, E. (1993). "La espiral del silencio. La opinión pública y los efectos de los medios de comunicación". *Comunicación y sociedad*, 6(1 y 2), 9-28.
- PRICE, V. (1994). *La opinión pública*. Barcelona: Paidós.
- RODRÍGUEZ DÍAZ, R. (2004). *Teoría de la agenda setting. Aplicación a la enseñanza universitaria*. Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.
- SAMPEDRO BLANCO, V. (2000). *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Madrid: Istmo.
- SAMPEDRO BLANCO, V. (2005). *13-M: Multitudes on line*. Madrid: Ediciones La Catarata.
- SANTILLÁN, J. R. (2015). "Teorías de la comunicación y opinión pública". *Razón y Palabra*, 90.
- SAPERAS, E. (1987). *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Barcelona: Ariel.
- SAPERAS, E. (1992). *La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos: una introducción*



crítica. Barcelona: Promociones y Publicaciones universitarias, D.L.
 SCHEUFELLE, D. A. & TEWKSBURY, D. (2007). "Framing, agenda setting and priming. The evolution of three media effects models". *Journal of Communication*, 57(1), 9-20.
 THOMPSON, J. B. (1996). "La teoría de la esfera pública". *Voces y culturas*, 10.
 WOLF, M. (1994). *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.

g.3 Otros recursos telemáticos (píldoras de conocimiento, blogs, videos, revistas digitales, cursos masivos (MOOC), ...)

h. Recursos necesarios

Acceso al campus virtual. Todos los recursos empleados a lo largo del curso serán facilitados por el profesor a través del campus virtual de la asignatura.

i. Temporalización

BLOQUE TEMÁTICO	CARGA ECTS	PERIODO PREVISTO DE DESARROLLO
TEMA 1 (incluye presentación)	0,3	2 semanas
TEMA 2	0,3	1 semanas
TEMA 3	0,3	1 semanas
TEMA 4	0,3	2 semana
TEMA 5	0,3	2 semana
TEMA 6	0,3	2 semana
TEMA 7	0,3	1 semana
TEMA 8	0,3	1 semanas
TEMA 9	0,3	1 semana
TEMA 10	0,3	1 semanas

5. Métodos docentes y principios metodológicos

Las actividades presenciales quedan divididas equitativamente en sesiones de teoría y sesiones de prácticas. En cualquier caso, se primará el carácter teórico-práctico de la asignatura, con diferentes actividades y dinámicas que incluyen:

- Exposición del profesorado de los contenidos de la asignatura.
- Trabajo complementario con materiales documentales y audiovisuales (documentación institucional, material audiovisual, bibliografía académica, artículos periodísticos...).
- Sesiones de debate y comentario conjunto.
- Realización de breves ejercicios y de trabajos de prácticas.

El Campus Virtual de la asignatura será un elemento fundamental para la comunicación entre el profesorado y el alumnado.

6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura

ACTIVIDADES PRESENCIALES o PRESENCIALES A DISTANCIA ⁽¹⁾	HORAS	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORAS
Clases teórico-prácticas (T/M)	14	Estudio y trabajo autónomo individual	30
Clases prácticas de aula (A)	14	Estudio y trabajo autónomo grupal	15
Tutorías Grupales (TG)	2		
Total presencial	30	Total no presencial	45
TOTAL presencial + no presencial			75

(1) Actividad presencial a distancia es cuando un grupo sigue una videoconferencia de forma síncrona a la clase impartida por el profesor para otro grupo presente en el aula.

7. Sistema y características de la evaluación

Criterio: cuando al menos el 50% de los días lectivos del cuatrimestre transcurran en normalidad, se asumirán como criterios de evaluación los indicados en la guía docente. Se recomienda la evaluación continua ya que implica minimizar los cambios en la agenda.

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
PRUEBA INDIVIDUAL ESCRITA	50%	EVALUACIÓN CONTINUA
ACTIVIDADES FORMATIVAS DENTRO Y/O FUERA DEL AULA: EJERCICIOS Y TRABAJOS INDIVIDUALES/GRUPALES	50%	EVALUACIÓN CONTINUA
EXAMEN FINAL	100%	EVALUACIÓN FINAL MEDIANTE EXAMEN Se realizará de manera presencial en convocatoria oficial, salvo que el periodo de evaluación coincida en un periodo de contingencia en cuyo caso sería de forma online.

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

- **Convocatoria ordinaria:**
 - Asimilación de los contenidos teóricos.
 - Aplicación de los contenidos teóricos en casos prácticos.
 - Corrección de las ideas y capacidad de análisis, argumentación en el examen.
 - Realización correcta de los ejercicios en el aula (actividades formativas en el aula).
 - Trabajo organizado, fundamentado, sistemático y sin evidencias de plagio.
- **Convocatoria extraordinaria:**
 - Asimilación de los contenidos teóricos.
 - Aplicación de los contenidos teóricos en casos prácticos.
 - Corrección de las ideas y capacidad de análisis, argumentación en el examen y/o pruebas de evaluación
 - Trabajo y/o ejercicios organizado, fundamentado, argumentado, sistemático y sin evidencias de plagio.



8. Consideraciones finales

METODOLOGÍA DOCENTE Y SISTEMA DE EVALUACIÓN

Dado que la metodología docente está pensada para un desarrollo continuo de los temas mediante procesos participados, se establece de manera preferente un proceso de evaluación continua, tanto para teoría como para prácticas. Esta circunstancia incluye un eventual escenario de docencia bimodal, bajo las características indicadas en el apartado 5 de esta guía.

Quienes no puedan comprometerse a un trabajo continuado y presencial regular durante el curso (incompatibilidad horaria, estudiantes de segunda matrícula, etc.) podrán acogerse a una evaluación final (no continua) para facilitar el seguimiento no asistencial de la asignatura. Bajo esta modalidad de evaluación se recomienda solicitar una tutoría durante las tres primeras semanas del curso, en la que se establecerán las condiciones de evaluación y plan de trabajo la asistencia a tutorías, según las posibilidades de cada estudiante.

MATERIALES PARA EL SEGUIMIENTO DE LA ASIGNATURA

- Lecturas básicas: Se consideran materiales de contenidos fundamentales para poder superar la asignatura. El profesor los facilitará a través del campus virtual antes de cada sesión para su adecuada preparación, de acuerdo con la metodología docente
- Materiales complementarios del profesor: Son los materiales que se emplearán como guía para las lecturas básicas. Servirán de apoyo a los estudiantes tanto durante la preparación de las lecciones fuera de clase como durante las exposiciones y presentaciones de contenidos en el aula. *No deben considerarse apuntes del curso*: su contenido no es suficiente para poder superar la asignatura, sino que debe ser completado con las lecturas básicas, apuntes personales de clase, bibliografía adicional, etc.
- Materiales adicionales: documentación de apoyo de diferente tipo (vídeos, noticias, enlaces web, etc.).

USO DEL CAMPUS VIRTUAL Y COMUNICACIÓN CON EL PROFESOR

El campus virtual de la asignatura será un importante recurso docente a lo largo del curso, no sólo como repositorio de contenidos sino también como medio de comunicación entre alumnado y profesores. Por tanto, es muy recomendable su visita regular.

- El campus virtual se empleará como repositorio de materiales docentes y medio para la recogida de tareas y trabajos. Se podrán usar foros y wikis como espacios de cooperación y colaboración fuera del aula.
- La comunicación profesor-alumno fuera del aula se establecerá preferentemente a través del foro de avisos del campus virtual, del servicio de mensajería del campus virtual, y del correo electrónico institucional del profesor.
- Bajo cualquiera de las modalidades, los mensajes deberán redactarse con un mínimo de corrección formal (no se admitirá su uso como chat o conversación con el profesor, aspecto para el cual se facilita el espacio de tutorías).
- Los mensajes con el profesor deberán indicar convenientemente en el asunto o encabezado del mensaje el nombre, curso y grupo de la asignatura ("Opinión pública 21/22"), y en la firma del mensaje se deberá indicar el nombre apellidos del estudiante.
- El profesor podrá contactar con los estudiantes a través del foro de avisos y del servicio de mensajería del campus virtual. Ambos canales se considerarán válidos para comunicaciones oficiales, por lo que se recomienda a los estudiantes la consulta regular del campus virtual y el uso de su cuenta institucional de correo electrónico (@alumnos.uva.es) para estar al corriente de notificaciones y mensajes.

TUTORÍAS

El horario de tutorías podrá consultarse en la página web del centro. Para confirmar disponibilidad horaria es preciso concertar previamente con el profesor por escrito, mediante correo electrónico o mensaje a través del campus virtual. En dicho mensaje se indicarán los aspectos a tratar en la reunión, para que el profesor pueda reservar el tiempo suficiente y preparar convenientemente la cita