

**FITXA IDENTIFICATIVA****Dades de l'Assignatura**

Codi	36644
Nom	Comunicació política i opinió pública
Cicle	Màster
Crèdits ECTS	6.0
Curs acadèmic	2024 - 2025

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
1334 - Grau de Periodisme	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	4	Primer quadrimestre
2239 - M.U. en Nous Periodismes, Comunic.Polít.Sociedad Coneixem.	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	1	Primer quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
1334 - Grau de Periodisme	10 - Evolució del periodisme i de la comunicació	Obligatòria
2239 - M.U. en Nous Periodismes, Comunic.Polít.Sociedad Coneixem.	11 - Complementes de Formació	Optativa

Coordinació

Nom	Departament
LOPEZ GARCIA, GUILLERMO	340 - Teoria dels Llenguatges i Ciències de la Comunicació
MARQUEZ MARTINEZ, LUCIA	340 - Teoria dels Llenguatges i Ciències de la Comunicació

RESUM

Formació, característiques i funcions socials de l'opinió pública, i de la comunicació política com a espai específic de desenvolupament de l'opinió pública, en les seues diverses representacions. Mòdul teòric / pràctic que complementa les explicacions teòriques amb la realització de diverses activitats pràctiques.



CONEXEMENTS PREVIS

Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

Altres tipus de requisits

Per al màxim aprofitament de l'assignatura, és important que l'estudiant posseïska una formació sòlida en els camps de la Història, Teoria i Estructura de la Comunicació. Així mateix, és convenient que l'estudiant estiga al corrent de l'actualitat política i dels assumptes de discussió pública més rellevants

1334 - Grau de Periodisme

- Que els estudiants sàpien aplicar els seus coneixements al seu treball o vocació d'una forma professional i posseïsqen les competències que solen demostrar-se per mitjà de l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seua àrea d'estudi.
- Que els estudiants tinguen la capacitat d'arreplegar i interpretar dades rellevants (normalment dins de la seua àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguen una reflexió sobre temes rellevants d'índole social, científica o ètica.
- Que els estudiants siguen capaços de treballar en equip, de comunicar les pròpies idees i d'integrar-se en projectes comuns destinats a l'obtenció de resultats.
- Que els estudiants tinguen capacitat d'adaptació als canvis tecnològics i sociolaborals.
- Que els estudiants manifesten respecte solidari per les diferents persones i pobles del planeta, així com coneixement dels grans corrents culturals en relació amb els valors individuals i col·lectius i respecte pels drets humans.
- Capacitat per a buscar, seleccionar, llegir, interpretar i analitzar textos i documents tant escrits com audiovisuals (capacitat analítica, sintètica i crítica) .
- Conèixer els aspectes socials, històrics, econòmics i culturals dels contextos propis i aliens rellevants.
- Capacitat i habilitat d'exposar raonadament idees, a partir dels fonaments de la retòrica i de l'argumentació, així com de les tècniques comunicatives aplicades a la persuasió.

Distingir críticament sobre els diferents discursos periodístics i la seua relació amb els discursos culturals/polítics hegemònics contemporanis.



DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. Opinió pública i comunicació política

- Què és l'opinió pública?
- Espai públic i esfera pública
- Els actors de la comunicació política
- El context històric del procés de comunicació política

2. Teories de l'opinió pública

- Antecedents històrics
- El model clàssic de l'opinió pública
- Crítiques al model clàssic: *Habermas i *Noelle-*Neumann
- Teories contemporànies

3. Les arenes de la comunicació política: actors i espectadors

- L'americanització de la política i els sistemes de representació
- Els mitjans de comunicació i la mediatització de la política
- Internet i el públic digital

4. Campanyes electorals

- El context: el sistema electoral i la tradició política
- La campanya de partits i candidats
- La campanya en els mitjans de comunicació
- Els punts focals de la campanya

5. Desenvolupaments recents en comunicació política

- L'efecte News Find Me i els evitadors de notícies
- Comunicació política i cultura pop
- Pànics morals i dimonis populars en la comunicació política i l'opinió pública.



VOLUM DE TREBALL

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	60,00	100
Elaboració de treballs individuals	35,00	0
Estudi i treball autònom	7,00	0
Preparació d'activitats d'avaluació	3,00	0
Preparació de classes de teoria	40,00	0
Resolució de casos pràctics	5,00	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGIA DOCENT

- Classes teòriques (magistral o expositives amb presentació de l'alumnat)
- Seminaris i tallers
- Estudi i treball autònom individual
- Classes de debat

AVALUACIÓ

Es seguiran dos criteris d'avaluació:

1) Examen teòric (50%). Examen referit als continguts teòrics de l'assignatura. Tres preguntes de desenvolupament, de les quals l'alumne haurà de triar-ne dues.

2) Pràctiques (50%). Desenvolupament de pràctiques, resums i valoració crítica, elaborats per l'alumne a partir dels continguts de caràcter pràctic que setmanalment s'analitzaran en l'assignatura.

Per aprovar l'assignatura és necessari obtenir almenys una qualificació mínima del 50% en cadascun dels criteris d'avaluació.

Atenció:

L'honestat intel·lectual és vital en les comunitats acadèmiques, i per a la justa avaluació del treball de l'estudiantat. Tots els treballs presentats en aquest curs han de ser d'autoria original. No s'admetran treballs en els quals es faça ús de col·laboració fraudulenta o la composició amb l'ajuda d'intel·ligència artificial (ChatGPT o altres).



En el cas de comprovar-se plagi en un treball d'avaluació d'un estudiant, aquest es podrà puntuar amb la qualificació numèrica de zero i suposar la suspensió de la convocatòria, amb independència del procediment disciplinari que es pugui incoar i, si escau, de la sanció que siga procedent d'acord amb la legislació vigent.

També es consideraran faltes greus, i per tant poden suposar la suspensió immediata de la convocatòria, còpia o facilitar la còpia de treballs entre alumnat del grau; accedir irregularment o apropiarse anticipadament del contingut d'una prova o examen; facilitar o procurar l'apropiació, alteració o destrucció posterior del contingut o dels resultats d'una activitat avaluable i la suplantació de la persona en exàmens. Quan es detecten les faltes greus assenyalades en aquest punt, l'o la docent haurà de comunicar-lo a la coordinació del Grau.

La presentació de treballs i/o exàmens amb faltes d'ortografies o ortotipogràfiques i/o errors de sintaxis, coherència o redacció serà penalitzat i pot arribar a suposar la suspensió de la prova.

REFERÈNCIES

Bàsiques

- CASTELLS, Manuel (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial.
- COHEN, Stanley y BOSCHIROLI, Victoria de los Ángeles (2017). *Demonios populares y pánicos morales: delincuencia juvenil, subculturas vandalismo, drogas y violencia*. Editorial Gedisa.
- CRESPI, Irving (2000). *El proceso de opinión pública*. Barcelona: Ariel.
- DADER, José Luis (1992). *El periodista en el espacio público*. Barcelona: Bosch.
- GROSSI, Giorgio (2007). *La opinión pública. Teoría del campo demoscópico*. Madrid: CIS.
- HABERMAS, Jürgen (1997). *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (2004). *Comunicación electoral y formación de la opinión pública*. Valencia: Servei de Publicacions de la Universitat de València.
- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo; GAMIR RÍOS, Jose; y VALERA ORDAZ, Lidia (2018). *Comunicación política: teorías y enfoques*. Madrid: Síntesis.
- MAZZOLENI, Gianpietro (ed) (2024). *Introducción a la comunicación política*. Madrid: Alianza Editorial.
- SAMPEDRO, Víctor (2023). *Teorías de la comunicación y el poder. Opinión pública y pseudocracia*. Madrid: Akal.

Complementàries

- BERROCAL, Salomé (coord.) (2003). *Comunicación política en televisión y nuevos medios*. Barcelona: Ariel.
- BÖCKELMANN, Frank (1983). *Formación y funciones sociales de la opinión pública*. Barcelona: Gustavo Gili.
- CASERO, Andreu (2009). *La construcción mediática de las crisis políticas*. Madrid: Fragua.
- CASTELLS, Manuel (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Madrid: Alianza Editorial.
- CHADWICK, Andrew (2013): *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.
- HABERMAS, Jürgen (1998). *Teoría de la acción comunicativa (dos vols.)*. Madrid: Taurus.
- HALL, Stuart ; CRITCHER, Chas; JEFFERSON, Tony; CLARKE, John. y Roberts, Brian. (1978).



Policing the Crisis: Mugging, the State, and Law and Order. Londres: McMillan Press.

- HALLIN, D. Y MANCINI, P. (2008). Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política. Barcelona: Hacer Editorial

- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo y CAMPOS-DOMINGUEZ, Eva (eds.) (2021). Redes en campaña. Liderazgos y mensajes en las elecciones de 2019. Salamanca: Comunicación Social.

LÓPEZ-GARCÍA, Guillermo; PALAU-SAMPIO, Dolors; PALOMO, Bella; CAMPOS-DOMINGUEZ, Eva; MASIP, Pere (eds.) (2021). Politics of Disinformation: the Influence of Fake News on Public Sphere. Hoboken: John Wiley & Sons

PÉREZ, Francisco (dir.) (2023). Los medios de comunicación en la era digital. Bilbao: Fundación BBVA.

- SAMPEDRO, Víctor (ed.) (2005). 13-M. Multitudes online. Madrid: Libros de la Catarata.

ESBORRAN