

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

Código	33393
Nombre	Comunicación Política y Opinión Pública
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	4.5
Curso académico	2020 - 2021

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1308 - Grado Periodismo	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	4	Primer cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
1308 - Grado Periodismo	12 - Materias Optativas	Optativa

Coordinación

Nombre	Departamento
LOPEZ GARCIA, GUILLERMO	340 - Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación

RESUMEN

Formación, características y funciones sociales de la opinión pública, y de la comunicación política como espacio específico de desarrollo de la opinión pública, en sus diversas representaciones. Módulo teórico / práctico que complementa las explicaciones teóricas con la realización de diversas actividades prácticas.

CONOCIMIENTOS PREVIOS**Relación con otras asignaturas de la misma titulación**

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.



Otros tipos de requisitos

Para el máximo aprovechamiento de la asignatura, es importante que el estudiante posea una formación sólida en los campos de la Historia, Teoría y Estructura de la Comunicación y en la materia de formación básica "Instituciones Política Contemporáneas". Asimismo, es conveniente que el estudiante esté al tanto de la actualidad política y de los asuntos de discusión pública más relevantes

COMPETENCIAS

1308 - Grado Periodismo

- Desarrollo y profundización en las competencias adquiridas mediante las materias de formación básica y obligatoria, de acuerdo con los conocimientos nuevos que se podrán obtener según la elección de las asignaturas optativas.
- Ampliación de conocimientos entre medios de comunicación y la sociedad en relación con los principales debates sobre los procesos de formación de opinión pública y de influencia social.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

El estudiante adquirirá un conocimiento preciso, entre otros, de los siguientes campos:

- las relaciones y funciones de los distintos actores y espectadores que interactúan en el proceso de opinión pública
- Composición de las relaciones entre los poderes político, mediático y social en España y en la Comunidad Valenciana
- Procesos específicos de configuración de la opinión pública: estudios electorales y situaciones de crisis
- La nueva comunicación política desarrollada a través de las NTIC

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Opinión pública y comunicación política

- ¿Qué es la opinión pública?
- La noción de espacio público
- Los actores de la comunicación política
- El contexto histórico del proceso de comunicación política



2. Enfoques teóricos

- El modelo clásico de la opinión pública
- Críticas al modelo clásico: Habermas y Noelle-Neumann
- Teorías contemporáneas: agenda setting y framing

3. Las arenas de la comunicación política: actores y espectadores

- La americanización de la política y los sistemas de representación
- Los medios de comunicación y la mediatización de la política
- Internet y el público digital

4. Campañas electorales

- Propaganda y publicidad electoral
- La campaña de partidos y candidatos
- La campaña en los medios de comunicación

5. Casos prácticos (I). Estudios electorales

- El 11M y las Elecciones Generales de Marzo de 2004
- Las Elecciones Generales de noviembre de 2015
- Las Elecciones Municipales y Autonómicas de mayo de 2015 y junio de 2016
- Las Elecciones Europeas de mayo de 2014

6. Casos prácticos (II). Formatos y procesos de comunicación política

- Nuevos formatos: el Infotainment y los programas de entretenimiento
- Comunicación política y NTIC: redes sociales
- Telepolítica

**VOLUMEN DE TRABAJO**

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	45,00	100
Asistencia a eventos y actividades externas	7,50	0
Elaboración de trabajos individuales	10,00	0
Estudio y trabajo autónomo	25,00	0
Lecturas de material complementario	10,00	0
Preparación de actividades de evaluación	2,00	0
Preparación de clases de teoría	3,00	0
Preparación de clases prácticas y de problemas	10,00	0
TOTAL	112,50	

METODOLOGÍA DOCENTE

- Clases magistrales
- Exposición por parte del profesor de casos prácticos y debate posterior
- Seminarios especializados y actividades complementarias

EVALUACIÓN

Se seguirán dos criterios de evaluación:

- 1) Examen teórico (50%). Examen escrito referido a los contenidos teóricos de la asignatura. Tres preguntas de desarrollo, de las que el alumno habrá de elegir dos.
- 2) Cuaderno de evaluación (50%). Resumen y valoración crítica, elaborados por el alumno a partir de los contenidos de carácter práctico que semanalmente se analizarán en la asignatura. El cuaderno de evaluación se entrega en formato digital (.doc, .docx, .odt, .pdf) a través del correo electrónico. La fecha límite de entrega es el día del examen.

REFERENCIAS**Básicas**

- CASTELLS, Manuel (2009). Comunicación y poder. Madrid: Alianza Editorial.



- 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.
- 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 RIOS, José y VALERA ORDAZ, Lidia (2017): Comunicación política: teorías y enfoques. Madrid: Síntesis.
- SAMPEDRO, Víctor (2000). Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas. Madrid: Istmo.
- - MAZZOLENI, Gianpietro (2010). La comunicación política. Madrid: Alianza Editorial
- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo y VALERA ORDAZ, Lidia (2017): Pantallas electorales. El discurso de partidos, medios y ciudadanos en la campaña de 2015. Barcelona: UOC.

Complementarias

- BERROCAL, Salomé (coord.) (2003). Comunicación política en televisión y nuevos medios. Barcelona: Ariel.
- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo y VALERA ORDAZ, Lidia (2017). Pantallas electorales. El discurso de partidos, medios y ciudadanos en la campaña de 2015. Barcelona: UOC.
- 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.
- GONZÁLEZ, Juan Jesús y BOUZA, Fermín (2009). Las razones del voto en la España democrática (1977-2008). Madrid: Libros de La Catarata.
- HABERMAS, Jürgen (1997). Historia y crítica de la opinión pública. Barcelona: Gustavo Gili.
- HABERMAS, Jürgen (1998). Teoría de la acción comunicativa (dos vols.). Madrid: Taurus.
- 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 (2010) (ed). El ecosistema comunicativo valenciano. Características y tendencias de la primera década del siglo XXI. Valencia: Tirant lo Blanch.
- MORENO CASTRO, Carolina (ed.). Comunicar los riesgos. Ciencia y tecnología en la sociedad de la información. Madrid: Biblioteca Nueva
- SAMPEDRO, Víctor (ed.) (2005). 13-M. Multitudes online. Madrid: Libros de la Catarata.
- SAMPEDRO, Víctor (coord.) (2011). Ciber campaña. Cauces y diques para la participación. Las Elecciones Generales de 2008 y su proyección tecnopolítica. Madrid: Editorial Complutense.
- SERRANO, Pascual (2010). Traficantes de información. La historia oculta de los grupos de comunicación españoles. Madrid: Akal.



- THOMPSON, John B. (2001). El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.
- LAGUNA, Antonio (2010). Las claves del éxito político. ¿Por qué votan los ciudadanos?. Barcelona: Península.
- JENKINS, Henry (2009). Convergence Culture. La cultura de la convergencia en los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.
- CHADWICK, Andrew (2013): The hybrid media system: Politics and power. Oxford University Press.
- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (2011) (ed.). Política binaria y spam electoral. Elecciones 2008: nuevas herramientas, viejas actitudes. Valencia: Tirant lo Blanch.

ADENDA COVID-19

Esta adenda solo se activará si la situación sanitaria lo requiere y previo acuerdo del Consejo de Gobierno

MODALIDAD DE DOCENCIA HÍBRIDA

1. Contenidos

1. Se mantienen los contenidos inicialmente recogidos a la guía docente

2. Volumen de trabajo y planificación temporal de la docencia

1. Mantenimiento del peso de las diferentes actividades que suman las horas de dedicación en créditos *ECTS marcadas en la guía docente original

3. Metodología docente

1. Clase (presencial) teórica/práctica + videoconferencia asíncrona BBC + publicación de materiales a AVDA

4. Evaluación

1. Examen presencial (50%)2. *Evaluación continua (50%)

5. Bibliografía

1. La bibliografía recomendada se mantiene porque es accesible

MODALIDAD DE DOCENCIA NO PRESENCIAL En el supuesto de que la situación sanitaria obligo a un nuevo confinamiento

1. Contenidos

1. Se mantienen los contenidos inicialmente recogidos a la guía docente

2. Volumen de trabajo y planificación temporal de la docencia

1. Mantenimiento del peso de las diferentes actividades que suman las horas de dedicación en créditos *ECTS marcadas en la guía docente original

3. Metodología docente

1. Publicación de materiales en el aula virtual2. Propuesta de actividades por aula virtual3.

Videoconferencia síncrona BBC4. Desarrollo de proyectos5. Tutorías por videoconferencia

4. Evaluación

1. Incremento del peso en la nota final de la evaluación continua (100%)a. Pruebas de evaluación por



trabajos académicosb. Pruebas de evaluación por proyectos

5. Bibliografía

1. La bibliografía recomendada se mantiene porque es accesible

