

**COURSE DATA****Data Subject**

Code	33393
Name	Political communication and public opinion
Cycle	Master's degree
ECTS Credits	4.5
Academic year	2022 - 2023

Study (s)

Degree	Center	Acad. year	Period
1308 - Degree in Journalism	Faculty of Philology, Translation and Communication	4	First term
2239 - M.U. en Nuevos Periodismos, Comunicac.Polític.Soc_18-V1	Faculty of Philology, Translation and Communication	0	First term

Subject-matter

Degree	Subject-matter	Character
1308 - Degree in Journalism	12 - Optional subjects	Optional
2239 - M.U. en Nuevos Periodismos, Comunicac.Polític.Soc_18-V1	11 - Complementos de Formación	Optional

Coordination

Name	Department
LOPEZ GARCIA, GUILLERMO	340 - Language Theory and Communication Sciences

SUMMARY**English version is not available**

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.



PREVIOUS KNOWLEDGE

Relationship to other subjects of the same degree

There are no specified enrollment restrictions with other subjects of the curriculum.

Other requirements

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

OUTCOMES

1308 - Degree in Journalism

- 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.

LEARNING OUTCOMES

English version is not available

WORKLOAD

ACTIVITY	Hours	% To be attended
Theory classes	45,00	100
Attendance at events and external activities	7,50	0
Development of individual work	10,00	0
Study and independent work	25,00	0
Readings supplementary material	10,00	0
Preparation of evaluation activities	2,00	0
Preparing lectures	3,00	0
Preparation of practical classes and problem	10,00	0
TOTAL	112,50	



TEACHING METHODOLOGY

English version is not available

EVALUATION

English version is not available

REFERENCES

Basic

- 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.
- 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.
- HABERMAS, Jürgen (1997). Historia y crítica de la opinión pública. Barcelona: Gustavo Gili.

Additional

- 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.
- HALLIN, D. Y MANCINI, P. (2008). Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política. Barcelona: Hacer Editorial
- SAMPEDRO, Víctor (ed.) (2005). 13-M. Multitudes online. Madrid: Libros de la Catarata.
- SAMPEDRO, Víctor (coord.) (2011). Cibercampaña. 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.
- - LÓPEZ GARCÍA, Guillermo y VALERA ORDAZ, Lidia (2017). Pantallas electorales. El discurso de partidos, medios y ciudadanos en la campaña de 2015. Barcelona: UOC.
- - 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