FICHA IDENTIFICATIVA

Datos de la Asignatura

Código	36644
Nombre	Comunicación política y opinión pública
Ciclo	Máster
Créditos ECTS	6.0
Curso académico	2023 - 2024

Titulación(es)

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1334 - Grado en Periodismo	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	4	Primer cuatrimestre
2239 - M.U. en Nuevos Periodismos, Comunicac.Polític.Soc_18-V1	Facultad de Filología, Traducción y Comunicación	0	Primer cuatrimestre

Materias

Titulación	Materia	Caracter
1334 - Grado en Periodismo	10 - Evolución del periodismo y de la comunicación	Obligatoria
2239 - M.U. en Nuevos Periodismos, Comunicac.Polític.Soc_18-V1	11 - Complementos de Formación	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. Asimismo, es conveniente que el estudiante esté al tanto de la actualidad política y de los asuntos de discusión pública más relevantes

COMPETENCIAS

1334 - Grado en Periodismo

- Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio.
- Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
- Que los estudiantes sean capaces de trabajar en equipo, de comunicar las propias ideas y de integrarse en proyectos comunes destinados a la obtención de resultados.
- Que los estudiantes tengan capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos y sociolaborales.
- Que los estudiantes manifiesten respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respecto por los derechos humanos.
- Capacidad para buscar, seleccionar, leer, interpretar y analizar textos y documentos tanto escritos como audiovisuales (capacidad analítica, sintética y crítica).
- Conocer los aspectos sociales, históricos, económicos y culturales de los contextos propios y ajenos relevantes.
- Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas, a partir de los fundamentos de la retórica y de la argumentación, así como de las técnicas comunicativas aplicadas a la persuasión.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Distinguir críticamente sobre los diferentes discursos periodísticos y su relación con los discursos culturales/políticos hegemónicos contemporáneos.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Opinión pública y comunicación política

- ¿Qué es la opinión pública?
- Espacio público y esfera pública
- Los actores de la comunicación política
- El contexto histórico del proceso de comunicación política

2. Teorías de la opinión pública

- Antecedentes históricos
- El modelo clásico de la opinión pública
- Críticas al modelo clásico: Habermas y Noelle-Neumann
- Teorías contemporáneas

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

- El contexto: el sistema electoral y la tradición política
- La campaña de partidos y candidatos
- La campaña en los medios de comunicación
- Los puntos focales de la campaña

5. Desarrollos recientes en comunicación política

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	60,00	100
Elaboración de trabajos individuales	35,00	0
Estudio y trabajo autónomo	7,00	0
Preparación de actividades de evaluación	3,00	0
Preparación de clases de teoría	40,00	0
Resolución de casos prácticos	5,00	0
TOTAL	**150,00**	

METODOLOGÍA DOCENTE

- Clases teóricas (magistrales o expositivas con presentación del alumnado)- Seminarios y talleres- Estudio y trabajo autónomo individual- Clases de debate

EVALUACIÓN

Se seguirán tres criterios de evaluación:

1) Examen teórico (40%). Examen referido a los contenidos teóricos de la asignatura. Tres preguntas de desarrollo, de las que el alumno habrá de elegir dos.

2) Prácticas (40%). Desarrollo de prácticas, resúmenes y valoración crítica, elaborados por el alumno a partir de los contenidos de carácter práctico que semanalmente se analizarán en la asignatura.

3) Asistencia y participación (20%).

Para aprobar la asignatura es necesario obtener al menos una calificación mínima del 50% en total. Los criterios 1 y 2 pueden evaluarse en segunda convocatoria, el criterio 3 no, puesto que requiere asistencia y participación en las clases.

Atención:

La honestidad intelectual es vital en las comunidades académicas, y para la justa evaluación del trabajo del estudiantado. Todos los trabajos presentados en este curso han de ser de autoría original. No se admitirán trabajos en los que se haga uso de colaboración fraudulenta o la composición con la ayuda de inteligencia artificial (ChatGPT u otros).

En el caso de comprobarse plagio en un trabajo de evaluación de un estudiante, este se podrá puntuar con la calificación numérica de cero y suponer la suspensión de la convocatoria, con independencia del procedimiento disciplinario que se pueda incoar y, si procede, de la sanción que sea procedente de acuerdo con la legislación vigente.

También se considerarán faltas graves, y por tanto pueden suponer la suspensión inmediata de la convocatoria, copia o facilitar la copia de trabajos entre alumnado del grado; acceder irregularmente o apropiarse anticipadamente del contenido de una prueba o examen; facilitar o procurar la apropiación, alteración o destrucción posterior del contenido o de los resultados de una actividad evaluable y la suplantación de la persona en exámenes. Cuando se detectan las faltas graves señaladas en este punto, el o la docente deberá comunicarlo a la coordinación del Grado.

La presentación de trabajos y/o exámenes con faltas de ortografías u ortotipográficas y/o errores de sintaxis, coherencia o redacción será penalizado y puede llegar a suponer la suspensión de dicha prueba.

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. Teoria 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 (2010). La comunicación política. Madrid: Alianza Editorial
- SAMPEDRO, Víctor (2000). Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas. Madrid: Istmo.
- CASERO, Andreu (2009). La construcción mediática de las crisis políticas. Madrid: Fragua.

Complementarias

- 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.

- 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.
- HALLIN, D. Y MANCINI, P. (2008). Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política. Barcelona: Hacer Editorial
- JENKINS, Henry (2009). Convergence Culture. La cultura de la convergencia en los medios de comunicación. Barcelona: Paidós
- 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 y VALERA ORDAZ, Lidia (2017). Pantallas electorales. El discurso de partidos, medios y ciudadanos en la campaña de 2015. Barcelona: UOC.
- 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
- SAMPEDRO, Víctor (ed.) (2005). 13-M. Multitudes online. Madrid: Libros de la Catarata.
- THOMPSON, John B. (2001). El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.