

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

Codi	44891
Nom	Medios de comunicación y opinión pública
Cicle	Màster
Crèdits ECTS	6.0
Curs acadèmic	2022 - 2023

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
2239 - Màster Universitari en Nous Period., Comunic.Polít.Sociedad Coneixem.	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	1	Primer quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
2239 - Màster Universitari en Nous Period., Comunic.Polít.Sociedad Coneixem.	2 - Medios de comunicación y opinión pública	Obligatòria

Coordinació

Nom	Departament
MARTINEZ GALLEGO, FRANCISCO ANDRES	340 - Teoria dels Llenguatges i Ciències de la Comunicació

RESUM

Aquesta matèria pretén endinsar a l'estudiantat en les transformacions experimentades pel concepte d'opinió pública en societats altament mediatitzades pels mitjans de comunicació de masses i per les xarxes de comunicació digitals. Als grans problemes vinculats a la formació de l'opinió pública en sistemes polítics liberal-democràtics plantejats per Lippmann, Dewey, Noelle-Neumann, Mills, Ginsberg i uns altres, s'uneixen en l'actualitat els propis del que Bernard Manin ha dit una democràcia d'audiència, és a dir, l'existències d'uns sistemes democràtics altament mediatitzats pels mitjans de comunicació i per l'adaptació del missatge polític, les formes de lideratge i la comunicació política a les rutines d'aquests mitjans. A més d'una introducció general a l'assumpte, on es contemplarà la relació entre opinió pública i mitjans de comunicació a través de les enquestes d'opinió i les xarxes socials, el mòdul estableix tres àmbits de desenvolupament del tema. En primer lloc, el vincle canviant entre lideratge politicoideològic i democràcia. Ací s'estudiaran des dels models sociològics de lideratge establits per Weber a les noves formes de lideratge pròpies de la societat de l'espectacle. En segon lloc, la relació històrica entre mitjans de comunicació i política establirà la tipologia i intensitat dels mitjans utilitzats al llarg de la història per a seduir als governats, així com la teatreocràcia del poder i la relació entre comunicació, poder i memòria (oficial). En tercer lloc, i tenint en compte que en la societat del coneixement i en la democràcia



d'audiències, les assumptes vinculats a la ciència (p.e. el canvi climàtic) i a la tecnologia resulten apressants, s'estudiaren els vincles entre els poders públics, els experts, els mediadors i els públics en la transmissió de sabers de naturalesa científica o tecnològica. En conjunt, es pretén aprofundir sobre les formes de creació d'opinió pública en societats altament mediatitzades per la comunicació *masmediàtica i digital.

CONEIXEMENTS 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

COMPETÈNCIES (RD 1393/2007) // RESULTATS DE L'APRENTATGE (RD 822/2021)

RESULTATS D'APRENTATGE (RD 1393/2007) // SENSE CONTINGUT (RD 822/2021)

1. Capacitat d'analitzar les interaccions entre el sistema de mitjans de comunicació, els actors polítics i el públic en l'espai públic.
2. Capacitat d'anàlisi del model d'espai públic determinat pels lideratges d'opinió transmesos i plasmats a través dels mitjans de comunicació.
3. Anàlisi i evolució històrica de les relacions entre el camp periodístic i el camp polític.
4. Capacitat per a analitzar el paper divulgatiu del periodisme i la seua realimentació referent als avanços sociocientífics i tecnològics.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. Mitjans de comunicació, opinió pública i democràcia d'audiències

Partint de la definició realitzada per Bernard Manin sobre la denominada com a democràcia d'audiència, caracteritzada per l'augment interrelació entre el sistema polític democràtic i el model de les audiències dels mitjans massius de comunicació (especialment de la televisió), s'establirà com ha anat alterant-se la relació entre sistemes polítics democràtics i opinió pública, quin paper han jugat els mitjans de comunicació de masses en aquesta interacció i quin paper estan jugant en l'actualitat les xarxes socials. L'opinió pública no es contemplarà com a través d'una definició normativa, sinó a través de les pautes històriques que han anat determinat les seues maneres de configuració i el seu paper en els règims polítics



2. Periodisme, lideratge i ideologies

Què és el lideratge i quants tipus de lideratge existeixen? Com s'ha vist alterada la naturalesa del lideratge al llarg de la història? Com és el lideratge en societats democràtiques d'audiència? Es pretén respondre a aquestes qüestions partint de les definicions clàssiques de Weber sobre les formes i tipologies del lideratge, apel·lant a la tradició política sobre el carisma (cabdillatge, populisme, etc.), per a arribar a les formes en les quals els polítics i el poder polític utilitzen en l'actualitat tant els mitjans de comunicació de masses convencionals com les xarxes socials, a la cerca d'estructura una imatge pública i un lideratge públic. Es posarà una especial obstinació a dotar d'un marc, el de la societat de l'espectacle (Debord, Schwartzberg, Postman, etc.), a les relacions entre lideratge, política i formes de comunicació en les societats actuals.

3. Periodisme i política: història d'una relació

Aquesta unitat temàtica té per objecte exposar com l'explosió tecnocomunicacional dels segles XIX, XX i XXI ha anat modificant (juntament amb altres variables) la forma de construir el discurs polític davant els públics. Des de la tipologia dels mitjans a les formes de visibilitat de la política han variat substancialment. Hui no és necessari compartir un mateix espai perquè la visibilitat s'establisca com a fet cert. No obstant això, com afirma Thompson, la moderna visibilitat mediada és una arma de doble tall: d'una banda, la política aprofita els mitjans i s'adapta al seu llenguatge per a construir vincles emocionals amb les audiències, però, per un altre, queden exposats a nous perills. Els continguts de la unitat establiran, a través de la cronologia, com ha anat variant amb el temps la visibilitat política, així com les formes de relació dels poders públics, dels governants i dels aspirants a ser-ho amb els governats.

4. Periodisme i avanços socio-científics i tecnològics

Aquesta unitat temàtica s'ocupa d'estudiar els vincles entre els poders públics, els experts, els mediadors i els públics en la transmissió de sabers de naturalesa científica o tecnològica. En les actuals societats del coneixement, la divulgació científica i tecnològica ja no recau en el compte de resultats d'aquelles persones que per curiositat formativa s'interessen per assumptes de l'alta cultura; en realitat, s'ha convertit en un lloc comú del qual es parla en tot tipus de formats informatius, independentment del seu suport. Però, amb propietat? a través del mediador adequat? amb un llenguatge comprensible? La divulgació científica i tecnològica és, a més, un assumpte crucial per a la presa de decisions de naturalesa política en les societats del tercer mil·lenni, ja que la comprensió dels problemes més apressants de la humanitat (des de l'explosió demogràfica al canvi climàtic) passa, necessàriament, per la comprensió de la dimensió científica de tals assumptes.

**VOLUM DE TREBALL**

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	37,50	100
Assistència a esdeveniments i activitats externes	4,00	0
Elaboració de treballs individuals	50,00	0
Estudi i treball autònom	46,00	0
Preparació de classes pràctiques i de problemes	12,50	0
TOTAL	150,00	

METODOLOGIA DOCENT

Lliçons magistrals

Resolució de problemes

Estudi de casos

Presentacions orals de materials per part dels estudiants

Debats

Lectura, síntesi i anàlisi crítica de textos

Assistència i participació activa en tallers, seminaris i conferències

Tutories

AVALUACIÓ

Cal assistir al 80% de les classes per poder ser avaluats de l'assignatura

El sistema d'avaluació de la matèria es realitzarà d'acord amb els següents elements d'avaluació

- Examen tipus test sobre la matèria: 50%
- Assistència a seminaris i tallers, participació en classe i en els exercicis proposats a l'aula: 20%
- Treballs individuals i/o col·lectius: 30%

Serà necessari aprovar l'examen amb un mínim de cinc punts sobre deu per a fer una mitjana de amb la resta d'elements de l'avaluació.



REFERÈNCIES

Bàsiques

- MANIN, Bernard (1998): Los principios del gobierno representativo. Madrid. Alianza Editorial
- FERRY, Jean-Marc; WOLTON, Dominique; et al (1992): El nuevo espacio público. Barcelona. Gedisa.
- CASTELLS, Manuel (2012): Comunicación y poder. Madrid. Alianza Editorial.
- SARTORI, G. (1998): Homo Videns. La Sociedad teledirigida. Madrid. Taurus Pensamiento.
- KATZ, Elihu y LAZARSFELD, Paul Felix (2009), Personal influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications. Nueva Jersey. Transaction Publisher
- LAGUNA, A. (2010): Las claves del éxito político. ¿Por qué votan los ciudadanos? Barcelona. Península.
- BARKER, C. JOHNSON, A. LAVALETTE, M. (eds.) (2001): Leadership and social movements, Manchester University Press, Manchester, UK
- NATERA, A. (2001): El liderazgo político en la sociedad democrática. Madrid. Centro de Estudios Políticos.
- MORENO CASTRO, Carolina (ed.) (2011): Periodismo y divulgación científica. Madrid. Biblioteca Nueva
- SEMIR, Vladimir de (2014): Decir ciencia: divulgación y periodismo científico de Galileo a Twitter. Barcelona. Edicions de la Universitat de Barcelona.
- ALCIBAR, Miguel (2009): Contar la ciencia. Murcia. Fundación Séneca.

Complementàries

- SÁNCHEZ NORIEGA, J.L. (2002): Crítica de la seducción mediática. Comunicación y cultura de masas en la opulencia informativa. Madrid. Técno.
- SANTIAGO, J. (2007). El candidato ante los medios: telegenia e imagen política. Madrid: Fragua
- SCHWARTZENBERG, R.G. (1978). El show político. Ensayo sobre y contra el star system en política. Barcelona. Dopesa
- GOLEMAN, D. (2013): Liderazgo. El poder de la inteligencia emocional. Madrid. Ediciones B.
- POSTMAN, Neil (2001): Divertirse hasta morir. El discurso público en la era del show business. Barcelona. Ediciones de la Tempestad.
- POSTMAN, Neil (1992): Tecنópolis. La rendición de la cultura a la tecnología.
- FUCHS, C. (2014). Social Media: a critical introduction. London. Sage.
- KEANE, J. (2009). The life and death of democracy. London. Simon and Schuster.
- FEENSTRA, R. A., TORNEY, S., CASERO, A. & KEANE, J. (2016). La reconfiguración de la democracia. El laboratorio político español. Granada. Comares.