

Comunicación y Cultura Política

2015/2016

Código: 42441

Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
4313227 Medios, Comunicación y Cultura	OB	0	1

Contacto

Nombre: María Dolores Montero Sánchez

Correo electrónico: MariaDolores.Montero@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

Prerequisitos

- a) Conocimiento propio de un licenciado en ciencias de la comunicación, ciencias sociales, o afines.
- b) Conocimiento del español y del inglés.

Objetivos y contextualización

El módulo aborda la interrelación entre los medios de comunicación de masas y la cultura política en los sistemas democráticos.

Su objetivo es analizar:

- a. El papel de los actores políticos y sociales y sus expresiones comunicativas en la esfera pública;
- b. El papel de los medios de comunicación y su influencia en la opinión pública y en los procesos de socialización;
- c. La orientación de los públicos hacia los medios y hacia la política.

Competencias

- Dirigir y trabajar en equipos de carácter interdisciplinar.
- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base y oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Poseer y comprender, de forma detallada y fundamentada, los aspectos teóricos y prácticos del campo de la comunicación y de la cultura.
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
- Saber analizar las nuevas formas de comunicación social generadas por las TIC (tecnologías de la información y de la comunicación) con el fin de innovar en las prácticas de producción mediática y cultural y resolver los problemas planteados en los nuevos entornos.
- Ser capaz de planificar y dirigir proyectos de investigación básica y aplicada en comunicación mediática y cultura.

Resultados de aprendizaje

1. Analizar las características de la comunicación política mediatizada y de las nuevas formas de comunicación política.
2. Demostrar capacidad de selección de las teorías científicas adecuadas al estudio de las situaciones requeridas.
3. Demostrar comprensión del campo de la comunicación y cultura políticas y su evolución reciente.
4. Dirigir y trabajar en equipos de carácter interdisciplinar.
5. Hacer propuestas innovadoras a los problemas que derivan del tratamiento mediático de los asuntos políticos
6. Identificar los actores principales y sus estrategias
7. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base y oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
8. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
9. Saber diseñar proyectos de investigación en el campo de la comunicación y la cultura política.
10. Saber planificar y dirigir flujos informativos en los medios de comunicación para contribuir a la resolución de problemas sociales
11. Saber planificar y dirigir proyectos de comunicación para actores políticos y sociales

Contenido

1. Procesos de comunicación política a través de los medios de comunicación tradicionales.
2. Diferentes aproximaciones a la cultura política y áreas de trabajo.
3. Interrelación entre comunicación política mediática y cultura política.
4. Teorías de la democracia y papel de los medios de comunicación de masas.
5. Pluralismo social, pluralismos mediáticos y cultura política.
6. Medios de comunicación tradicionales y procesos de creación de opinión pública.
7. Comunicación política a través de los nuevos medios de comunicación.
8. Tipos de públicos y de opiniones.
9. Visibilidad de los actores políticos y sociales.
10. Expresiones comunicativas de la sociedad civil: nuevos medios y nuevas formas de campañas de opinión

Metodología

1. Clases magistrales
2. Estudio de casos
3. Lecturas
4. Tutorías
5. Realización de trabajos y pruebas de evaluación

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases magistrales	30	1,2	1, 2, 3, 5, 6
Tipo: Supervisadas			
Realización de trabajos para la evaluación del curso	15	0,6	7, 2, 3, 8
Tipo: Autónomas			
Lecturas, realización de trabajos	105	4,2	1, 7, 2, 3, 5, 6

Evaluación

1. Participación en clase, presentación y discusión de textos (20%).
2. Realización de un ensayo científico sobre un tema relacionado con la materia (50%).
3. Realización de una prueba de seguimiento del módulo (50%)

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Participación en clase	20%	0	0	1, 7, 2, 3, 5, 6, 8
Prueba de seguimiento del módulo	50%	0	0	2, 6
Trabajo de curso	30%	0	0	7, 2, 5, 9, 10, 11, 4

Bibliografía

Almond, G. & Verba, S. (1970). *La cultura cívica*. Fundación FOESSA. Madrid: Euroamérica.

Blumler, J. G. & Kavanagh, D. (1999). The Third Age of Political Communication: Influences and Features. *Political Communication*, 16, 209-230.

Capella, J. N. (2002). Cynicism and Social Trust in the New Media Environment. *Journal of Communication*, 5, 229-241.

Clark, T. N. & Hoffman-Martinot, V. (eds.) (1998). *The new political culture*. Boulder: Westview Press.

Grossi, G. (2007). *La opinión pública. Teoría del campo demoscópico*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Hallin, D. C. & Papathanassopoulos, S. (2002). Political clientelism and the media: southern Europe and latin America in comparative perspective. *Media, Culture & Society*, 24, 175- 195.

Held, D. (2001). *Modelos de democracia*. Madrid: Alianza.

Mutz, D. C. (1998). *Impersonal Influence: How Perceptions of Mass Collectives Affect Political Attitudes*. Cambridge: Cambridge University Press.

Richards, B. (2004). The Emotional Deficit in Political Communication. *Political Communication*, 21 (3), 339-352.

Sennet, R. (2001). *El declive del hombre público*. Barcelona: Ediciones Península.

Strömback, J. (2005). In search of a Standard: four models of democracy and their normative implications for journalism. *Journalism Studies*, 6 (3), 331-345.

Thompson, J. B. (2005). The New Visibility. *Theory, Culture & Society*, 22 (6), 31-51.

Zaller, J. (2003). A New Standard of News Quality: Burglar Alarms for the Monitorial Citizen. *Political Communication*, 20 (2), 109-130.