

## CURS ACADÈMIC: 2009-2010

**LLICENCIATURA: Periodisme**

**CURS: 3r / 4t**

<b>Codi:</b>	<b>20706</b>
<b>Assignatura:</b>	<b>Comunicació Política</b>
<b>Tipus d'assignatura:</b>	<b>Op</b>
<b>Crèdits:</b>	<b>5 (3 teòrics + 2 pràctics)</b>
<b>Professora:</b>	<b>María Dolores Montero Sánchez (Grups 1 i 2)</b>
<b>Quadrimestre:</b>	<b>1r</b>

### **OBJECTIUS DE L'ASSIGNATURA:**

1. Coneixement dels processos de comunicació polítics que es desenvolupen en les societats democràtiques contemporànies: actors, continguts i formes.
2. Anàlisi de la comunicació política dins el marc de les estratègies de màrqueting social i electoral.

### **TEMARI:**

1. Mitjans de comunicació i política
  - 1.1. L'estudi de la comunicació política: definició i àrees d'investigació.
  - 1.2. Els actors polítics: partits, governs i institucions públiques, grups de pressió.
  - 1.3. L'opinió pública: conseqüències dels mitjans en la participació política.
  - 1.4. El paper dels mitjans en els processos democràtics i en la comunicació política.
2. Comunicació i campanyes electorals
  - 2.1. L'evolució de les campanyes electorals des dels anys 70.
  - 2.2. La mediatització de les campanyes electorals
  - 2.3. Les tècniques del màrqueting polític per a influir en els resultats de les eleccions.
  - 2.4. Els lideratges polítics: imatge pública del candidat.
  - 2.5. La publicitat política en les campanyes electorals.
  - 2.6. La cobertura de les campanyes i el paper dels debats electorals i les enquestes d'opinió en els mitjans.
  - 2.7. Efectes de les campanyes en els votants i els processos polítics en general.
  - 2.8. L'ús dels nous mitjans de comunicació.
3. Lògiques mediàtiques en la cobertura dels processos polítics.
  - 3.1. Els condicionants de la cobertura periodística.
  - 3.2. La cobertura dels mitjans en situacions de crisi.
  - 3.3. El conflicte social i la violència política en els mitjans de comunicació
  - 3.4. Tractament dels escàndols polítics.

4. Ciutadania i usos dels nous mitjans de comunicació
  - 4.1. La ciberdemocràcia.
  - 4.2. Internet i les noves formes de participació política.
  - 4.3. Els nous activismes polítics dels moviments socials.

## **BIBLIOGRAFIA**

### **BÀSICA:**

- Barranco, J. *Técnicas de marketing político*. Madrid: Pirámide, 2007.  
Canel, M. J. *Comunicación política*. Madrid: Tecnos, 2ª ed., 2005.  
Maarek, P. *Marketing político y comunicación*. Barcelona: Paidós, 2009.  
Muñoz, A., Rospir, J. I. (ed.) *Comunicación política*. Madrid: Universitas, 1995.

### **COMPLEMENTÀRIA:**

- Barnés, J. S. *El candidato ante los medios: telegenia e imagen política*. Madrid: Fragua, 2007.  
Bennett, L.; Entman, R. *Mediated Politics. Communication in the Future of Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press, 2001.  
Canel, M. J. *Comunicación de las instituciones públicas*. Madrid: Tecnos, 2007.  
Hallin, D.; Mancini, P. *Sistemas mediáticos comparados*. Barcelona: Hacer, 2007.  
Montero Sánchez, Mª D. *La informació periodística i la seva influència social*. Bellaterra: Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona, 1993.  
Mouchon, J. *Política y medios. Los poderes bajo influencia*. Barcelona: Gedisa, 1999.  
Muñoz, A.; Rospir, J. A. (ed.) *Democracia mediática y campañas electorales*. Barcelona: Ariel, 1999.  
Thompson, J. B. *El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 2001.

## **METODOLOGIA DOCENT:**

### **TEORIA**

Exposicions teòriques, activitats que permetin la participació dels alumnes.

### **PRÀCTIQUES D'AULA:**

Pràctiques integrades a la teoria: estudi de casos concrets, comentaris sobre les lectures de l'assignatura, estudi dels temes d'actualitat en l'àmbit de la comunicació política.

## **SISTEMA D'AVAUACIÓ:**

Avaluació contínua o examen final.

Bellaterra, setembre de 2009.