

CURS ACADÈMIC: 2011-2012

LLICENCIATURA: Periodisme

CURS: 3r

Codi:	20706
Assignatura:	Comunicació Política
Tipus d'assignatura:	Op
Crèdits:	5
Professor:	Pere Alberola Garcia (Grup 1)
Quadrimestre:	1r

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. La comunicació política i l'evolució dels governs representatius
 - 1.1. El parlamentarisme, la democràcia de partits i la d'audiències
 - 1.2. Del partits de masses al *catch-all party*
 - 1.3. L'impacte dels moviments socials
 - 1.4. Sindicats, grups de pressió i *think tanks*
 - 1.5. El concepte de neocorporativisme
 - 1.6. Cultura política i canvi de valors
2. Les estratègies comunicatives i el paper dels mitjans
 - 2.1. Els marcs cognitius: emoció, cognició i política
 - 2.2. Agenda temàtica, prioritització i emmarcat
3. La campanya electoral
 - 3.1. El marc legal a Catalunya i a l'Estat
 - 3.2. Assessorament, màrqueting polític i evolució de les campanyes
 - 3.3. Els lideratges polítics
 - 3.4. La propaganda política. Anàlisi de la polarització Govern-oposició
 - 3.5. Agenda temàtica de la campanya, debats i enquestes
 - 3.6. Les noves tecnologies de la informació i la comunicació
4. La propaganda negativa i els escàndols polítics

BIBLIOGRAFIA

BÀSICA:

- Castells, M. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Ed, 2009.
- Laguna, A. *Las claves del éxito político ¿Por qué votan los ciudadanos?* Barcelona: Península, 2010.
- Maarek, P. *Marketing político y comunicación*. Barcelona: Paidós, 2009.
- Manin, B. *Los principios del gobierno representativo*. Madrid: Alianza Ed, 1998.
- Mazzoleni, G. *La comunicación política*. Madrid: Alianza Ed., 2010.
- Muñoz, A., Rospir, J. I. (ed.) *Comunicación política*. Madrid: Universitas, 1995.

COMPLEMENTÀRIA:

- Badia, L. *De la persuasió a la tematització. Introducció a la comunicació política moderna*. Barcelona: Pòrtic, 1992.
- Barranco, J. *Técnicas de marketing político*. Madrid: Pirámide, 2007.
- 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 política*. Madrid: Tecnos, 2ª ed., 2005.
- Hallin, D.; Mancini, P. *Sistemas mediáticos comparados*. Barcelona: Hacer, 2007.
- Ibarra, P., Tejerina, B. (ed.) *Los movimientos sociales : transformaciones políticas y cambio cultural*. Madrid : Trotta, 1998.
- Inglehart, R.; Welzel, C. *Modernización, cambio cultural y democracia: la secuencia del desarrollo humano*. Madrid : CIS-Siglo XXI, 2006.
- Jessop, B. *El futuro del estado capitalista*. Madrid: Los Libros de la Catarata, 2008.
- Muñoz, A.; Rospir, J. A. (ed.) *Democracia mediática y campañas electorales*. Barcelona: Ariel, 1999.
- Ortega, F. *La política mediatizada*. Madrid: Alianza, 2011.
- Sampedro, V. (coord.) *Medios y elecciones 2004. La campaña electoral y las otras campañas*. Madrid: Centro de Estudios Ramón Areces, 2008.
- 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'AVALUACIÓ:

Avaluació contínua o examen final.

Bellaterra, juliol de 2011.