

CURSO ACADÉMICO: 2011-2012

LICENCIATURA: Periodismo

CURSO: 3º

Código:	20706
Asignatura:	Comunicación Política
Tipo de asignatura:	Op
Créditos:	5
Profesor:	Pere Alberola Garcia (Grupo 1)
Cuatrimestre:	1º

OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA:

- 1 . Conocimiento de los procesos de comunicación políticos que se desarrollan en las sociedades democráticas contemporáneas: actores, contenidos y formas.
- 2 . Análisis de la comunicación política dentro el marco de las estrategias de marketing social y electoral.

TEMARIO:

1. La comunicación política y la evolución de los gobiernos representativos
 - 1.1. El parlamentarismo, la democracia de partidos y la de audiencias
 - 1.2. Del partido de masas al *catch-all party*
 - 1.3. Los impactos de los movimientos sociales
 - 1.4. Sindicatos, grupos de presión y *think tanks*
 - 1.5. El concepto de neocorporativismo
 - 1.6. Cultura política y cambio de valores
- 2 . Las estrategias comunicativas y el papel de los medios
 - 2.1. Los marcos cognitivos: emoción, cognición y política
 - 2.2. Agenda temática, priorización y enmarcado
3. La campaña electoral
 - 3.1. El marco legal en Catalunya y en el Estado español
 - 3.2. Asesoramiento, marketing político y evolución de las campañas
 - 3.3. Los liderazgos políticos
 - 3.4. La propaganda política. Análisis de la polarización Gobierno-oposición
 - 3.5. Agenda temática de la campaña, debates y encuestas
 - 3.6. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación
- 4 . La propaganda negativa y los escándalos políticos.

BIBLIOGRAFÍA

BÁSICA:

- 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.

COMPLEMENTARIA:

- 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, 2^a 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.

METODOLOGÍA DOCENTE:

TEORÍA

Exposiciones teóricas, actividades que permitan la participación de los alumnos.

PRÁCTICAS DE AULA:

Prácticas integradas en la teoría: estudio de casos concretos, comentarios sobre las lecturas de la asignatura, estudio de temas de actualidad en el ámbito de la comunicación política.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

Evaluación continua o examen final.

Bellaterra, juliol de 2011.