

CURSO ACADÉMICO: 2011-2012

LICENCIATURA: Periodismo

CURSO: 3º / 4º

Código:	20706
Asignatura:	Comunicación Política
Tipo de asignatura:	Op
Créditos:	5 (3 teóricos + 2 prácticos)
Profesora:	María Dolores Montero Sánchez (Grupo 2)
Cuatrimestre:	1º

OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA:

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

TEMARIO:

1. Medios de comunicación y política
 - 1.1. Estudio de la comunicación política: definición y áreas de investigación.
 - 1.2. Los actores políticos: partidos, gobiernos e instituciones públicas, grupos de presión.
 - 1.3. La opinión pública: efectos de los medios sobre la participación política.
 - 1.4. El papel de los medios de comunicación en los procesos democráticos y en la comunicación política.
2. Comunicación y campañas electorales
 - 2.1. La evolución de las campañas electorales desde los años 70.
 - 2.2. La mediatización de las campañas electorales.
 - 2.3. Las técnicas de marketing político para influir en el resultado de las elecciones.
 - 2.4. Los liderazgos políticos: imagen pública del candidato.
 - 2.5. La publicidad política en las campañas electorales.
 - 2.6. La cobertura mediática de las campañas y el papel de los debates electorales y las encuestas de opinión en los medios.
 - 2.7. Efectos de las campañas sobre el votante y los procesos políticos en general.
 - 2.8. El uso de los nuevos medios de comunicación.
3. Lógicas mediáticas en la cobertura de los procesos políticos
 - 3.1. Los condicionantes de la cobertura periodística.
 - 3.2. La cobertura de los medios en situaciones de crisis.
 - 3.3. El conflicto social y la violencia política en los medios de comunicación.
 - 3.4. Tratamiento de los escándalos políticos.

BIBLIOGRAFÍA

BÁSICA:

- Canel, M. J. *Comunicación política*. Madrid: Tecnos, 2ª ed., 2005.
- Maarek, P. *Marketing político y comunicación*. Barcelona: Paidós, 2009.
- Mazzoleni, G.: *La comunicación política*. Madrid: Alianza Ed., 2010.
- Muñoz, A., Rospir, J. I. (ed.) *Comunicación política*. Madrid: Universitas, 1995.

COMPLEMENTARIA:

- 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.
- Muñoz, A.; Rospir, J. A. (ed.) *Democracia mediática y campañas electorales*. Barcelona: Ariel, 1999.
- Ortega, F. *La política mediatizada*. Madrid: Alianza: 2011.
- 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 a la teoría: estudio de casos concretos, comentarios sobre las lecturas de la asignatura, estudio de los temas de actualidad en el ámbito de la comunicación política.

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Evaluación continua o examen final.