

Comunicació i Cultura Política

2015/2016

Codi: 42441

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
4313227 Mitjans, Comunicació i Cultura	OB	0	1

Professor de contacte

Nom: María Dolores Montero Sánchez

Correu electrònic: MariaDolores.Montero@uab.cat

Utilització de llengües

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Prerequisits

- Coneixement propi d'un llicenciat en ciències de la comunicació, ciències socials o afins.
- Coneixement de l'espanyol i de l'anglès.

Objectius

El mòdul aborda la interrelació entre els mitjans de comunicació de masses i la cultura política en els sistemes democràtics.

El seu objectiu és analitzar:

- El paper dels actors polítics i socials i les seves expressions comunicatives dins l'esfera pública;
- El paper dels mitjans de comunicació i la seva influència en l'opinió pública i en els processos de socialització;
- L'orientació dels públics davant els mitjans i la política.

Competències

- Comprendre i conèixer, de manera detallada i fonamentada, els aspectes teòrics i pràctics del camp de la comunicació i la cultura.
- Comprendre i tenir coneixements que aportin una base o una oportunitat per desenvolupar i/o aplicar idees de manera original, sovint en un context de recerca
- Que els estudiants tinguin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant, en gran manera, amb treball autònom a autodirigit.
- Saber analitzar les noves formes de comunicació social generades per les TIC (tecnologies de la informació i de la comunicació) a fi d'innovar en les pràctiques de producció mediàtica i cultural i resoldre els problemes plantejats en els nous entorns.
- Ser capaç de planificar i dirigir projectes de recerca bàsica i aplicada en comunicació mediàtica i cultura
- Treballar en equips de caràcter interdisciplinari i dirigir-los

Resultats d'aprenentatge

- Analitzar les característiques de la comunicació política mediatitzada i de les noves formes de comunicació política.

2. Comprendre i tenir coneixements que aportin una base o una oportunitat per desenvolupar i/o aplicar idees de manera original, sovint en un context de recerca
3. Demostrar capacitat de selecció de les teories científiques adequades a l'estudi de les situacions requerides.
4. Demostrar que es comprèn el camp de la comunicació i la cultura polítiques i la seva evolució recent.
5. Fer propostes innovadores per resoldre els problemes que deriven del tractament mediàtic dels assumptes polítics
6. Identificar els actors principals i les seves estratègies
7. Que els estudiants tinguin les habilitats d'aprenentatge que els permetin continuar estudiant, en gran manera, amb treball autònom a autodirigit.
8. Saber dissenyar projectes d'investigació en el camp de la comunicació i la cultura política.
9. Saber planificar i dirigir fluxos informatius en els mitjans de comunicació per contribuir a la resolució de problemes socials
10. Saber planificar i dirigir projectes de comunicació per a actors polítics i socials
11. Treballar en equips de caràcter interdisciplinari i dirigir-los

Continguts

1. Processos de comunicació política a través dels mitjans de comunicació tradicionals.
2. Diferents aproximacions a la cultura política i àrees de treball.
3. Interrelació entre comunicació política mediàtica i cultura política.
4. Teories de la democràcia i paper dels mitjans de comunicació de masses.
5. Pluralisme social, pluralismes mediàtics i cultura política.
6. Mitjans de comunicació tradicionals i processos de creació d'opinió pública
7. Comunicació política a través dels nous mitjans de comunicació.
8. Tipus de públics i d'opinions.
9. Visibilitat dels actors polítics i socials.
10. Expressions comunicatives de la societat civil: nous mitjans i noves formes de campanyes d'opinió.

Metodologia

1. Classes magistrals
2. Estudi de casos
3. Lectures
4. Tutories
5. Realització de treballs i proves d'avaluació

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes magistrals	30	1,2	1, 3, 4, 5, 6

Tipus: Supervisades			
Treballs per a l'avaluació del curs	15	0,6	2, 3, 4, 7
Tipus: Autònomes			
Lectures, realització de treballs	105	4,2	1, 2, 3, 4, 5, 6

Avaluació

1. Participació a classe, presentació i discussió de textos (20%).
2. Realització d'un assaig científic sobre un tema relacionat amb la matèria del curs (30%)
3. Realització d'una prova de seguiment del mòdul (50%)

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Participació a classe	20%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7
Prova de seguiment del mòdul	50%	0	0	3, 6
Treball de curs	30%	0	0	2, 3, 5, 8, 9, 10, 11

Bibliografia

- 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.