

Comunicación Política

Código: 103860
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501933 Periodismo	OT	4	0

Contacto

Nombre: Laura Cervi

Correo electrónico: Laura.Cervi@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

Algún grupo íntegramente en inglés: No

Algún grupo íntegramente en catalán: No

Algún grupo íntegramente en español: No

Prerequisitos

Se requiere que alumnado tenga un conocimiento de temas de actualidad (sobre todo política).

El alumnado debe tener también un dominio suficiente del catalán y del castellano, lenguas en las que se imparten las clases y tener al menos dominio del inglés a nivel de lectura (lengua de la mayoría de los materiales docentes).

Objetivos y contextualización

La asignatura tiene por objeto proporcionar los instrumentos conceptuales básicos para el análisis y la comprensión de la comunicación política y de sus diferentes actores y funciones, en las sociedades contemporáneas.

Competencias

- Aplicar la imaginación con flexibilidad, originalidad y fluidez.
- Aplicar la ética y deontología profesional del periodismo, así como el ordenamiento jurídico de la información.
- Concebir, planificar y ejecutar proyectos periodísticos en todo tipo de soportes.
- Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
- Demostrar un conocimiento adecuado de la realidad socio-comunicativa de Cataluña en el contexto español, europeo y mundial.
- Desarrollar un pensamiento y un razonamiento críticos y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en catalán y castellano como en una tercera lengua.
- Diferenciar las principales teorías de la disciplina, sus campos, las elaboraciones conceptuales, los marcos y enfoques teóricos que fundamentan el conocimiento de la materia y sus diferentes ámbitos y subáreas, y adquirir un conocimiento sistemático de la estructura de los medios de comunicación.
- Divulgar los conocimientos e innovaciones del área.
- Generar propuestas innovadoras y competitivas en la investigación y en la actividad profesional.
- Respetar la diversidad y pluralidad de ideas, personas y situaciones.
- Transmitir información periodística en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación, en sus modernas formas combinadas o en soportes digitales, y aplicar los géneros y los diferentes procedimientos periodísticos.

Resultados de aprendizaje

1. Analizar las teorías sobre la publicidad, las relaciones públicas y la comunicación corporativa e institucional.
2. Analizar los procesos informativos, así como de las corrientes y teorías que los formalizan en el proceso de planificación y ejecución de la comunicación política.
3. Aplicar la imaginación con flexibilidad, originalidad y fluidez.
4. Aplicar la deontología profesional del periodismo a la comunicación estratégica en el ámbito de la comunicación política.
5. Aplicar las tecnologías y los sistemas utilizados para procesar, elaborar y transmitir información en el campo de la comunicación estratégica.
6. Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
7. Demostrar que conoce cómo se gestan y difunden las estrategias comunicativas de los actores públicos a partir de los principales debates de actualidad.
8. Desarrollar un pensamiento y un razonamiento críticos y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en catalán y castellano como en una tercera lengua.
9. Divulgar los conocimientos e innovaciones del área.
10. Generar propuestas innovadoras y competitivas en la investigación y en la actividad profesional.
11. Planificar y ejecutar proyectos periodísticos en el ámbito de la comunicación política.
12. Planificar y ejecutar proyectos periodísticos en el ámbito de los gabinetes de prensa y la comunicación institucional.
13. Respetar la diversidad y pluralidad de ideas, personas y situaciones.
14. Valorar el impacto de las innovaciones tecnológicas en el funcionamiento del sistema comunicativo catalán y español.

Contenido

Temario

- 1- Aspectos introductorios, conceptos básicos
- 2- Función de la comunicación política
- 3- Introducción histórica
- 4- Propaganda Nazi y Fascista
- 5- Los partidos catch-all: de la propaganda al marketing político
- 6- Internet y política: el marketing político 2.0
- 7- Nuevos retos, nuevos espacios y nuevas participaciones: la Democracia 3.0
- 8- La comunicación pública

Este contenido podrá impartirse (o no) con el orden indicado. El contenido de las diferentes sesiones docentes será antes del inicio de la asignatura, en una Guía Docente Ampliada, que estará disponible en el Campus Virtual. Todos los temas indicados se tratarán en las sesiones previstas y todos ellos entrarán a las evaluaciones que correspondan hacer en cada momento.

El contenido de esta asignatura será sensible a los aspectos relacionados con la perspectiva de género.

Metodología

La base de la metodología docente será conseguir un aprendizaje autónomo por parte del alumnado. La actividad académica tutelada por el profesor, con una participación constante y activa del alumnado, permitirá

que el alumnado asuma las competencias genéricas y específicas que se van a plantear en la materia, consiguiendo, de esta forma, cumplir con los objetivos formulados.

La materia está dividida en una serie de clases magistrales, seminarios y / o conferencias y / o jornadas específicas que aportan la base teórica y metodológica y sirven de nexo y guía para realizar las actividades de aprendizaje (clases prácticas) y de autoaprendizaje que son esenciales en el diseño de la asignatura.

Las clases de carácter teórico y las actividades de aprendizaje permitirán que el alumno asuma los propósitos de la materia

Las prácticas que se lleven a cabo deben tener también su identificación con los debates teóricos que se planteen en la asignatura. De esta forma, existirá un hilo conductor en toda la asignatura con el fin de que los alumnos puedan crecer intelectualmente y en su formación.

La utilización del Campus Virtual será clave en la asignatura. Los alumnos podrán tener acceso en todo momento a todas las actividades que se vayan desarrollando y los materiales docentes.

Las tutorías son contempladas como un aspecto fundamental para la guía y desarrollo del aprendizaje del alumnado.

Por otra parte, todas las comunicaciones del alumnado al Profesorado se realizarán sólo y exclusivamente mediante los correos electrónicos oficiales del profesorado y de la asignatura (y en ningún caso mediante el Campus Virtual).

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
CLASE MAGISTRAL	15	0,6	2, 8, 13
LABORATORIO	15	0,6	4, 3, 5, 8, 10, 11, 12, 13
SEMINARIO	22	0,88	1, 5, 7, 11, 14
Tipo: Supervisadas			
EVALUACIÓN	7,5	0,3	2, 4, 3, 5, 7, 8, 9, 10, 11, 13
TUTORÍAS	7,5	0,3	2, 4, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13
Tipo: Autónomas			
CAMPUS VIRTUAL	0	0	3, 5, 6, 7, 9
OTRAS ACTIVIDADES	50	2	2, 4, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 13

Evaluación

La evaluación de la asignatura tendrá 4 partes claramente diferenciadas:

1. Análisis de una campaña (grupal)
2. Creación de una campaña (grupal)
3. Test de contenidos (individual)

4. Paper (individual)

Además el 10% de la nota será la **participación** de la alumna en clase.

El contenido específico de las diferentes actividades será establecido y publicado, antes de inicio de la asignatura, en una Guía Docente Ampliada, que estará disponible en el Campus Virtual.

Calendario de pruebas evaluables:

sesión 6

Presentación análisis de una campaña y entrega informe

sesión 11

Test de contenido

sesión 14

Presentación campaña y entrega informe de creación de la campaña

sesión 18

Entrega paper

Nota: este calendario previsto se mantendrá siempre que no haya variaciones debidas a una mejor organización docente, o a cambios derivados de alteraciones en las jornadas lectivas que no sean atribuibles al equipo docente de esta asignatura.

Al tratarse de evaluación continua, es obligada la asistencia en el aula y para aprobar la asignatura es obligatorio realizar todas las pruebas fijadas.

Recuperación

En las dos últimas semanas del curso se hará una reevaluación de un máximo de 2 partes de las 4 evaluadas (test de contenido y paper), siempre que las otras dos estén aprobadas.

Recuperación test de contenidos:

El alumnado que suspenda la parte de teoría, es decir, el test de contenidos, tendrá opción de presentarse a una prueba de recuperación, que será igualmente escrita, con el mismo formato de la prueba anterior, ya celebrar, durante el período de actividades de recuperación, a la fecha y circunstancias que se determinen.

La condición obligatoria para poder optar a esta recuperación de la parte de teoría es haberse presentado en la primera prueba escrita de evaluación de conocimientos teóricos programada a la asignatura y haberla suspendido con una nota igual o superior a 3,5 .

Recuperación paper:

El alumnado que suspenda el papel tendrá opción de presentarse a una prueba de recuperación, sustitutiva y a celebrar, durante el periodo de actividades de recuperación, a la fecha y circunstancias que se determinen.

La condición obligatoria para poder optar a esta recuperación de la parte de teoría es haber presentado el papel y haberlo suspendido con una nota igual o superior a 3,5.

La nota obtenida en la recuperación -que no hace media con la nota obtenida en las pruebas anteriores será la definitiva en cuanto a la evaluación

Revisión de notas:

La nota se hace pública por el Campus Virtual. Desde este momento, el alumnado tiene una semana para solicitar, por e-mail, una tutoría con el profesor / a correspondiente (responsable de la evaluación de la prueba

concreta) para analizar y discutir la nota de la prueba recientemente evaluada. Pasada una semana desde la fecha de publicación de una nota, ya no será admitida ninguna solicitud de revisión de nota.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Análisis de una campaña	15	12	0,48	2, 4, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 13
Creación de una campaña	15	12	0,48	4, 3, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13
Paper	20	3	0,12	2, 1, 4, 3, 6, 7, 8, 9, 10, 13, 14
Participación	10	3	0,12	2, 4, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13
Test de contenido	40	3	0,12	2, 4, 3, 6, 7, 9

Bibliografía

Bibliografía básica

Pere-Oriol Costa, *Cómo ganar unas elecciones : comunicación y movilización en las campañas electorales*, Barcelona [etc.] : Paidós, cop. 2008

Daniel C. Hallin y Paolo Mancini, *Sistemas mediáticos comparados : tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*, Barcelona : Hacer, 2008

Philippe J. Maarek, *Marketing político y comunicación : claves para una buena información política*, Barcelona: Paidós, 1997

Mazzoleni, Gianpietro, *La Comunicación política*, Madrid : Alianza, cop. 2010

David L. Swanson and Paolo Mancini, *Politics, media and modern democracy : an international study of innovations in electoral campaigning and their consequences*, Westport (Conn.) : Praeger, 1996

Bibliografía de referencia

Eva Anduiza, Michael James Jensen, Laia Jorba, *Digital media and political engagement worldwide : a comparative study*, New York : Cambridge University Press, 2012.

Bimber, Bruce A., *Campaigning online : the Internet in U.S.*, Oxford : Oxford University Press, 2003

Bimber, Bruce A., *Information and American democracy : technology in the evolution of political power*, Cambridge : Cambridge University Press, 2003.

Canel, María José, *Comunicación política : una guía para su estudio y práctica*, Tecnos, 2006.

George Lakoff ; *No pienses en un elefante : lenguaje y debate político*, Madrid : Editorial Complutense : Foro Complutense, 2007

Rey Morató, Francisco J., *Comunicación política, internet y campañas electorales : de la teledemocracia a la ciberdemocracia*, Tecnos, cop. 2007