

**Comunicación y Cultura Política**

Código: 42441  
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
4313227 Medios, Comunicación y Cultura	OB	0	1

**Contacto**

Nombre: María Dolores Montero Sánchez

Correo electrónico: MariaDolores.Montero@uab.cat

**Uso de idiomas**

Lengua vehicular mayoritaria: español (spa)

**Prerequisitos**

Conocimiento de la actualidad política y periodística.

**Objetivos y contextualización**

1. Identificar la relación entre los medios de comunicación social y la cultura política.
2. Reconocer el papel fundamental de los medios de comunicación en la configuración de la opinión pública y los procesos de socialización política.
3. Analizar la orientación de los públicos hacia los medios de comunicación y la política.

**Competencias**

- Dirigir y trabajar en equipos de carácter interdisciplinar.
- Poseer y comprender conocimientos que aporten una base y oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
- Poseer y comprender, de forma detallada y fundamentada, los aspectos teóricos y prácticos del campo de la comunicación y de la cultura.
- Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
- Saber analizar las nuevas formas de comunicación social generadas por las TIC (tecnologías de la información y de la comunicación) con el fin de innovar en las prácticas de producción mediática y cultural y resolver los problemas planteados en los nuevos entornos.
- Ser capaz de planificar y dirigir proyectos de investigación básica y aplicada en comunicación mediática y cultura.

**Resultados de aprendizaje**

1. Analizar las características de la comunicación política mediatizada y de las nuevas formas de comunicación política.
2. Demostrar capacidad de selección de las teorías científicas adecuadas al estudio de las situaciones requeridas.
3. Demostrar comprensión del campo de la comunicación y cultura políticas y su evolución reciente.
4. Dirigir y trabajar en equipos de carácter interdisciplinar.

5. Hacer propuestas innovadoras a los problemas que derivan del tratamiento mediático de los asuntos políticos
6. Identificar los actores principales y sus estrategias
7. Poseer y comprender conocimientos que aporten una base y oportunidad de ser originales en el desarrollo y/o aplicación de ideas, a menudo en un contexto de investigación.
8. Que los estudiantes posean las habilidades de aprendizaje que les permitan continuar estudiando de un modo que habrá de ser en gran medida autodirigido o autónomo
9. Saber diseñar proyectos de investigación en el campo de la comunicación y la cultura política.
10. Saber planificar y dirigir flujos informativos en los medios de comunicación para contribuir a la resolución de problemas sociales
11. Saber planificar y dirigir proyectos de comunicación para actores políticos y sociales

## Contenido

1. Introducción
2. Cultura política: definición y teorías.
3. Relación entre comunicación política y cultura política.
4. Medios de comunicación y construcción de la memoria colectiva.
5. Populismo político y populismo mediático.
6. Medios de comunicación, redes sociales y participación política.
7. Medios de comunicación, redes sociales y construcción de la opinión pública.

El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura. Se colgará también en el Campus Virtual donde el alumnado podrá encontrar la descripción detallada de los ejercicios y prácticas, los diversos materiales docentes y cualquier información necesaria para el adecuado seguimiento de la asignatura.

Esta guía docente incorporará la perspectiva de género en los contenidos y en el tratamiento de los temas.

## Metodología

El aprendizaje se basará en clases magistrales, discusión en clase, lectura, tutorías y realización de trabajos y pruebas. Se fomentará la capacidad de análisis crítico y de reflexión.

## Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases magistrales	20	0,8	1, 2, 3, 5, 6
Seminario	10	0,4	
Tipo: Supervisadas			
Evaluación	3	0,12	7, 2, 3, 8
Tutorías individualizadas	7	0,28	5, 9, 11, 4
Tipo: Autónomas			

Trabajo individual	67	2,68	1, 7, 2, 3, 5, 6
--------------------	----	------	------------------

## Evaluación

La asignatura constará de las siguientes actividades de evaluación:

- Actividad prueba de síntesis, 40% sobre la calificación final
- Actividad trabajo individual de curso, 30 % sobre la calificación final
- Actividad presentaciones en grupo, 20 % sobre la calificación final
- Actividad participación en clase, 10% sobre la calificación final

El alumnado tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido evaluado del conjunto de actividades, el peso de las cuales sea de un mínimo de 2/3 partes de la calificación total de la asignatura. Para poder presentarse a la recuperación de la asignatura, será necesario haber obtenido una nota media de 3,5 o superior. Las actividades que quedan excluidas del proceso de recuperación son la participación en clase y las presentaciones en grupo.

El estudiante que realice cualquier irregularidad (copia, plagio, suplantación de identidad ...) que pueda conducir a una variación significativa de la calificación de un acto de evaluación, se calificará con 0 este acto de evaluación. En caso de que se produzcan varias irregularidades, la calificación final de la asignatura será 0.

## Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Participación en clase	10%	2	0,08	2, 3
Presentaciones en grupo	20%	8	0,32	1, 7, 2, 3, 5, 6, 8, 9, 11, 4
Prueba de síntesis	40%	3	0,12	2, 6, 9, 10
Trabajo individual de curso	30%	30	1,2	1, 7, 2, 3, 9

## Bibliografía

Bennett, W. Lance y Alexandra Segerberg. 2013. *The Logic of connective action: digital media and the personalization of contentious politics*. Cambridge: Cambridge University Press.

Brants, Kees y Katrin Voltmer, eds. 2011. *Political Communication in Postmodern Democracy. Challenging the Primacy of Politics*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

<https://ebookcentral-proquest-com.ure.uab.cat/lib/uab/detail.action?docID=652474> (Consulta 20 de julio de 2019).

Castells, Manuel. 2017. *Ruptura. La crisis de la democracia liberal*. Madrid: Alianza Editorial.

Dalton, Russell J. y Christian Welzel, eds. 2014. *The Civic Cultures Transformed. From Allegiant to Assertive Citizens*. Cambridge: Cambridge University Press.

Dhal, Robert A. 2002. *La democracia económica. Una aproximación*. Barcelona: Hacer.

Grossi, Giorgio. 2007. *La opinión pública. Teoría del campo demoscópico*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

Held, David. 2007. *Modelos de democracia*. Madrid: Alianza Editorial.

Müller, Lisa. 2014. *Comparing Mass Media in Established Democracies. Patterns of Media Performance*. Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.

McNair, Brian. 2017. *An Introduction to Political Communication*. Londres: Routledge. ProQuest Ebook Central. <https://ebookcentral-proquest-com.are.uab.cat/lib/UAB/detail.action?docID=4905831> (Consulta 20 de julio de 2019).

Perloff, Richard M. 2014. *The Dynamics of Political Communication. Media and Politics in a Digital Age*. Nova York: Routledge.

Phetsch, Barbara. 2014. *Political Communication Cultures in Europe. Attitudes of Political Actors and Journalists in Nine Countries*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

Semetko, Holli A, y Margaret Scammell, eds. 2012. *The SAGE Handbook of Political Communication*. Londres: SAGE Publications. ProQuest Ebook Central. <https://ebookcentral-proquest-com.are.uab.cat/lib/UAB/detail.action?docID=4905831#> (Consulta 12 de juny de 2018).

Sennet, Richard. 2001. *El declive del hombre público*. Barcelona: Ediciones Península.

Welch, Stephen. 2013. *The Theory of Political Culture*. Oxford, UK: Oxford University Press.

Von Beyme, Klaus. 2014. *On Political Culture, Cultural Policy, Art and Politics*. Heidelberg: Springer. <https://link-springer-com.are.uab.cat/book/10.1007%2F978-3-319-01559-0> (Consulta 20 de julio de 2019).