

Comunicación Política

Código: 103860
Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501933 Periodismo	OT	4	0

La metodología docente y la evaluación propuestas en la guía pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

Contacto

Nombre: María José Recoder Sellarés
Correo electrónico: MariaJosep.Recoder@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

Equipo docente

José Manuel Silva Alcalde

Prerequisitos

Esta guía docente se ha completado siguiendo las instrucciones del Rectorado de la UAB, que ha seguido el Decanato de la Facultad de Ciencias de la Comunicación. Según las mismas, la docencia en el segundo semestre será de carácter presencial.

Hay que tener en cuenta, sin embargo, que la metodología docente y la evaluación propuestas pueden experimentar alguna modificación en función de las restricciones a la presencialidad que impongan las autoridades sanitarias.

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

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

En caso de cambio de modalidad docente por razones sanitarias, el profesorado informará de los cambios que se producirán en la programación de la asignatura y en las metodologías docentes.

Todos los temas indicados se tratarán en las sesiones previstas y todos ellos entrarán a las evaluaciones que sean establecidas.

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 profesorado, con una participación constante y activa del alumnado, permitirá que éste 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 alumnado 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.

Las tutorías son contempladas como un aspecto fundamental para la guía y crecimiento del aprendizaje del alumnado. Estas tutorías podrán ser individuales, en grupo, presenciales o virtuales, en función del desarrollo del curso.

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

Evaluación

La evaluación de la asignatura tendrá 2 partes claramente diferenciadas. Una será la parte del examen sobre los contenidos teóricos y la otra será la parte de prácticas a realizar sobre los conceptos teóricos aprendidos.

Actividad A. Examen sobre los contenidos (individual). Vale el 35% de la nota final.

Actividad B. Un trabajo de curso sobre campañas electorales (análisis, diseño y propuestas), que tendrá una presentación escrita y una oral (en grupo). Vale el 35% de la nota final.

Actividad C. Una práctica sobre redes sociales y marketing político. Vale el 5% y la nota final. Individual (?)

Actividad D. Una práctica sobre spots electorales. Vale el 5% de la nota final. Individual (?)

Actividad E. Una práctica sobre la realización de un artículo periodístico sobre algún tema de comunicación política. Vale el 20% de la nota final. Individual.

El contenido específico de las diferentes actividades será explicado por los docentes al inicio de cada una de las prácticas. Las fechas de realización y entrega de las pruebas será establecido en la Planificación Docente Ampliada, que estará disponible en el Campus Virtual.

Este calendario previsto para la realización y entrega de las pruebas 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 mencionadas

recuperación

En las dos últimas semanas del curso se hará una recuperación de un máximo de 2 partes de las 5 evaluadas (examen y artículo periodístico), siempre que las otras tres estén aprobadas.

El alumnado que suspenda la parte de teoría, es decir, el examen 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 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 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.

Recuperación del artículo periodístico: El alumnado que suspenda el artículo periodístico tendrá opción de presentarse a una prueba de recuperación, sustitutiva y a celebrar, durante el periodo de actividades de recuperación, en la fecha y circunstancias que se determinen. La condición obligatoria para poder optar a esta recuperación es haber presentado el artículo periodístico y haberlo suspendido con una nota igual o superior a 3. 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. En el calendario de inicio de curso se marcarán las fechas de las tutorías para la revisión de las calificaciones.

Segunda matrícula

En caso de segunda matrícula, el alumnado podrá realizar una única prueba de síntesis de toda la materia. Las características de esta prueba se colgarán en el campus virtual, y es necesario que el alumno que se acoja, lo comunique al profesorado responsable de la asignatura, en las dos primeras semanas del curso.

Plagio

El estudiante que realice cualquier irregularidad (copia, plagio, suplantación de identidad ...) obtendrá un cero (0) del acto de evaluación. En caso de que se produzcan varias irregularidades, la calificación final de la asignatura será cero (0).

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Análisis de una campaña	35	13	0,52	2, 4, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 13
Examen de contenido	35	2	0,08	2, 4, 3, 6, 7, 9
Redes sociales y espots	10	8	0,32	4, 3, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13
artículo periodístico	20	10	0,4	2, 1, 4, 3, 6, 7, 8, 9, 10, 13, 14

Bibliografía

Bibliografía básica

Aira, Toni (2015). La Comunicación política. Llibre en línia | Editorial UOC

https://catleg.uab.cat/iii/encore/record/C__Rb1990886?lang=cat

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

MacNair, Brian (2017). *An introduction to political communication* Llibre en línia. Londres: Routledge 6ª ed.

https://cataleg.uab.cat/iii/encore/record/C__Rb2002967?lang=cat

Marqués, Joaquín. (2016). *Política y propaganda: medios de comunicación y opinión pública / prólogo de Agustí de Uribe-Salazar*. Llibre en línia | Editorial UOC |

https://cataleg.uab.cat/iii/encore/record/C__Rb1991887?lang=cat

Mazzoleni, Gianpietro (2010), *La comunicación política*. Madrid : Alianza, cop.

Bibliografía de referencia

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

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

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

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

Giansante, Gianluca (2015). *La Comunicación política online : cómo utilizar la web para construir consenso y estimular la participación*[traducción: Jordi Trilla ; prólogo de Mitch Stewart]. Llibre en línia | UOC . 1a ed. en lengua castellana

https://cataleg.uab.cat/iii/encore/record/C__Rb1991817?lang=cat

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

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

Semetko, Holli A. ; Scammell, Margaret (2012). *The SAGE handbook of political communication / Llibre en línia | SAGE ,*

https://cataleg.uab.cat/iii/encore/record/C__Rb1905763?lang=cat

Bibliografía complementaria

Aparici, Roberto y David García-Marín (coords.) (2019) *La Posverdad : una cartografía de los medios, las redes y la Barcelona*: Gedisa Editorial, .

Casero-Ripollés, Andreu; Sáez Casas, Albert; Yeste Piquer, Elena (2016). "Xarxes socials, política i democràcia. Cap a una comunicació política híbrida". *Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna*. Trípodus Núm. 39 p. 9-12

Fisac, Taciana. (2016) "Revolución, política y propaganda en la China contemporánea". *Araucaria: Revista, 18(35):p.105-125 Iberoamericana de filosofía, política y humanidades*

Huici Módenes, Adrián (2017). *Teoría e historia de la propaganda*. Madrid: Editorial Síntesis.

Lemus, Encarnación; Peña, Manuel (2019). *Alianzas y propaganda durante el primer franquismo*. Madrid: Editorial Ariel.

Quesada Tavares, Camilla; Goulart Massuchin, Michele. (2017) "Comunicación, género y política en Brasil: las candidatas de Paraná en la propaganda electoral televisiva". , Vol 0, Iss 135, p 39-54. Centro Chasqui Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL),

Rodríguez Jiménez, Francisco.(2018) "Propaganda política y comunicación durante el salazarismo: ensayo bibliográfico". , Vol 72, p 201-218 Leer História

Suau- Gomila, Guillem; Pont Sorribes, Carles; Pedraza Jiménez, Rafael (2020). [Politicians or influencers? Twitter profiles of Pablo Iglesias and Albert Rivera in the Spanish general elections of 20-D and 26-J.](#) Communication & Society, Vol. 33 Issue 2, p209-225. 17p. 5 Charts.

Valdés Vega, María Eugenia. (2015) "Comunicación política y propaganda electoral en México : Las reformas de 2007 y 2014". 11(2): p.57-87 Polis. Investigación y Análisis Sociopolítico y Psicosocial.