

Comunicació i Cultura Política

Codi: 42441

Crèdits: 6

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

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Professor/a de contacte

Nom: Nereida Carrillo Pérez

Correu electrònic: Nereida.Carrillo@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

Llengua vehicular majoritària: espanyol (spa)

Prerequisits

Coneixement de l'actualitat política i periodística.

Objectius

1. Identificar la relació entre els mitjans de comunicació social i la cultura política.
2. Reconèixer el paper fonamental dels mitjans de comunicació en la configuració de l'opinió pública i els processos de socialització política.
3. Analitzar i debatre sobre fenòmens nous relacionats amb la comunicació i la cultura 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

1. 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. Cultura política i comunicació política: definició i teories
2. Opinió pública immediatització
3. Infoentreteniment i comunicació política
4. Actors polítics: spin doctors, propaganda computacional
5. Actors socials: xarxes socials i participació política
6. Desinformació i impacte en l'opinió pública. Com combatre-la

Els continguts de l'assignatura s'adaptaran als interessos i demandes del grup, com també algunes de les lectures.

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura.

Al Campus Virtual, l'alumnat podrà trobar la descripció detallada dels exercicis i pràctiques, els diversos materials docents i qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura.

Aquesta guia docent incorporarà la perspectiva de gènere en els continguts i en el tractament dels temes.

Metodologia

L'aprenentatge estarà basat en classes magistrals, discussió a classe, lectures, tutories i realització de treballs. Es formentarà la capacitat d'anàlisi crítica i de reflexió.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes magistrals	15	0,6	1, 3, 4, 5, 6
Seminari	15	0,6	
Tipus: Supervisades			
Tutories individualitzades	10	0,4	5, 8, 10, 11

Tipus: Autònomes

Treball individual	63	2,52	1, 2, 3, 4, 5, 6
--------------------	----	------	------------------

Avaluació

L'assignatura constarà de les activitats d'avaluació següents:

- Treball individual de curs, 50% sobre la qualificació final
- Presentacions en grup, 30% sobre la qualificació final
- Participació a classe, 20% sobre la qualificació final

L'alumnat tindrà dret a la recuperació de l'assignatura si ha estat avaluat del conjunt d'activitats el pes de les quals equivalgui a un mínim de 2/3 parts de la qualificació total del mòdul. Per poder-se presentar a la recuperació del mòdul, s'haurà hagut d'obtenir la nota mitjana o superior de 3,5.

L'estudiant que realitzi qualsevol irregularitat (còpia, plagi, suplantació d'identitat,...) es qualificarà amb 0 aquest acte d'avaluació. En cas que es produeixin diverses irregularitats, la qualificació final de l'assignatura serà 0.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Participació a classe	20%	5	0,2	3, 4
Presentacions en grup	30%	12	0,48	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11
Treball individual de curs	50%	30	1,2	1, 2, 3, 4, 8

Bibliografia

Les lectures del curs s'establiran d'entre les referències aquí sota incloses i d'entre altres referències que es triaran al principi de curs segons els interessos i les demandes de l'alumnat.

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

Berrocal, Salomé (coord) (2017): *Politainment. La política del espectáculo en los medios de comunicación*. Valencia: Tirant lo Blanch

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

<https://ebookcentral-proquest-com.are.uab.cat/lib/uab/detail.action?docID=652474> (Consulta 10 de juliol de 2020).

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

JONES, Jeffrey(2004): *Entertaining Politics: New Political Television and Civic Culture*. Rowman & Littlefield, Lanham.

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 10 de juliol de 2020).

O'Donnell, H. (2007): *Noticias y ciudadanía :El telespectador, el poder y el debate público*. Madrid: Ediciones de la Torre.

Perloff, Richard M (2014):The Dynamics of Political Communication. Media and Politicsin 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.

Salmon, Christian (2008): *Storytelling: la máquina de fabricar historias y formatear las mentes*. Ediciones Península, Barcelona.

Semetko, Holli A. i Margaret Scammell, eds. (2012):*The SAGE Handbook of Political Communication*. London: SAGE Publications.

Thussu, Daya K. (2007): *News as entertainment. The rise of global infotainment*. London: SAGE Publications.

UNESCO (2018): Journalism, fake news and disinformation. (Disponible en línea a <https://en.unesco.org/fightfakenews>)

VAN ZOONEN, Liesbet (2005). *Entertaining the Citizen. When Politics and Popular Culture Converge*. Rowman & Littlefield Publishers, Inc., Lanham, MD.

Welch, Stephen (2013):The Theory of Political Cu lture. Oxford, UK: Oxford University Press.