

**Comunicación y Cultura Política**

Código: 42441  
Créditos ECTS: 6

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

## Contacto

Nombre: Nereida Carrillo Perez

Correo electrónico: nereida.carrillo@uab.cat

## Idiomas de los grupos

Puede consultarlo a través de este [enlace](#). Para consultar el idioma necesitará introducir el CÓDIGO de la asignatura. Tenga en cuenta que la información es provisional hasta el 30 de noviembre del 2023.

## Prerrequisitos

No hay ningún prerrequisito.

## 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 y debatir sobre fenómenos nuevos relacionados con la comunicación y la cultura política.
4. Reflexionar sobre la comunicación para la democracia en una sociedad híbrida.

## 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. Cultura política y comunicación política: definición y teorías
2. Opinión pública y mediatización
3. Infoentretenimiento y comunicación política
4. La sociedad de la desinformación: estrategias para engañar y herramientas para la verificación digital
5. Comunicación política: partidos y movimientos sociales en la esfera digital
6. Tecnopolítica: reflexiones sobre la irrupción del IA en el espacio público

Los contenidos de la asignatura se adaptarán a los intereses y demandas del grupo, así como algunas de las lecturas.

El calendario detallado con el contenido de las diferentes sesiones se expondrá el día de presentación de la asignatura.

En el Campus Virtual, 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, talleres y realización de trabajos. Se fomentará la capacidad de análisis crítico y de reflexión.

Nota: se reservarán 15 minutos de una clase dentro del calendario establecido por el centro o por la titulación para que el alumnado rellene las encuestas de evaluación de la actuación del profesorado y de evaluación de la asignatura o módulo.

## Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Clases magistrales	15	0,6	1, 2, 3, 5, 6
Seminario	15	0,6	
Tipo: Supervisadas			
Tutorías individualizadas	10	0,4	5, 9, 11, 4
Tipo: Autónomas			
Trabajo individual	63	2,52	1, 7, 2, 3, 5, 6

## Evaluación

La asignatura constará de las actividades de evaluación siguientes:

- Trabajo individual de curso, 50% sobre la calificación final. Se valorará el trabajo final sobre un tema relacionado con la asignatura, según los intereses del alumno/a.
- Presentaciones en grupo, 30% sobre la calificación final. Se valorará el trabajo en grupo sobre un tema relacionado con la asignatura.
- Participación en clase, 20% sobre la calificación final. Se valorarán dos ejercicios durante el curso.

El alumnado tendrá derecho a la recuperación de la asignatura si ha sido evaluado del conjunto de actividades el peso de las que equivalga a un mínimo de 2/3 partes de la calificación total del módulo. Para poder presentarse a la recuperación del módulo, se habrá tenido que obtener la nota media o superior de 3,5. El estudiante que realice cualquier irregularidad (copia, plagio, suplantación de identidad, ...) 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 continuada

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Participación en clase	20%	5	0,2	2, 3
Presentaciones en grupo	30%	12	0,48	1, 7, 2, 3, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 4
Trabajo individual de curso	50%	30	1,2	1, 7, 2, 3, 9

## Bibliografía

Las lecturas del curso se establecerán de entre las referencias aquí indicadas y de entre las referencias que se escogerán al principio de curso según los intereses y las demandas del alumnado.

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 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.

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

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

## Software

No se necesitan programas informáticos específicos.