



Grado en Periodismo 25346 - Comunicación política y electoral

Guía docente para el curso 2012 - 2013

Curso: 3, Semestre: 2, Créditos: 6.0

Información básica

Profesores

- **María Guadalupe Gómez Patiño** mariagp@unizar.es

Recomendaciones para cursar esta asignatura

Para cursar con éxito esta asignatura es recomendable tener una actitud crítica y pro-activa en los procesos comunicativos políticos a través de los medios hacia la opinión pública.

Actividades y fechas clave de la asignatura

Presentación de la asignatura y formación de grupos. Semana 1 (tercera febrero).

- Descripción y análisis de un Discurso Político. Semana 2 (cuarta febrero).

-- Visionado y crítica: Video Partido Político. Semana 6 (tercera marzo)

- Entrega y Presentación de los Trabajos Prácticos en equipo mediante Power Point y soporte material.de trabajos en Grupo. Semana 15 (cuarta de mayo)

- Realización prueba teórica: semana 16 (primera de junio)

Inicio

Resultados de aprendizaje que definen la asignatura

El estudiante, para superar esta asignatura, deberá demostrar los siguientes resultados...

- 1:** Es capaz de entender, interpretar y diseccionar la Comunicación Política
- 2:** Puede generar y gestionar la comunicación, la imagen y la identidad política.
- 3:**

Tiene conocimiento de la Ley Electoral en lo relativo a los medios de comunicación en Campaña Electoral.

- 4:** Sabrá respetar y cumplir el código deontológico del comunicador político.

Introducción

Breve presentación de la asignatura

La política necesita de la comunicación y ésta necesita de los medios de comunicación social/redes sociales. Se trata de un proceso imprescindible en la actividad de cualquier organización política. La comunicación corporativa y electoral son hoy el eje central sobre el que se establece cualquier relación gobernante/gobernado. Esta asignatura consta de una parte teórica y de otra práctica como se En la parte teórica se adquieren una serie de conceptos relativos a la comunicación política descrita en el contexto y competencias. Se estudia la comunicación política y electoral, tanto fuera como dentro de la campaña electoral, las teorías y los efectos que se consiguen sobre la opinión pública a través de los discursos políticos mediados por los medios de comunicación social..

En la parte práctica, se aplicarán los conceptos aprendidos, tanto a título individual como grupal.

Contexto y competencias

Sentido, contexto, relevancia y objetivos generales de la asignatura

La asignatura y sus resultados previstos responden a los siguientes planteamientos y objetivos:

La asignatura "Comunicación Política y Electoral" tiene el objetivo general de presentar al estudiante la comunicación política que se ofrece por parte de los políticos o de los partidos políticos. Ninguna organización política sería visible ni eficaz si no llevaran a cabo una comunicación pública, especialmente a través de los medios de comunicación. Actualmente es imprescindible en toda organización política un sistema de comunicación política, que verá su máxima representación en las campañas electorales. Por ello, se da a conocer al estudiante el papel que los Gabinetes de Prensa o Direcciones de Comunicación Políticos, organismos dependientes de la Presidencia y cuya tarea abarca hoy en días desde Departamentos de Comunicación y/o Marketing Político. Se trata por tanto de llegar a familiarizarse con todos los fundamentos y tareas profesionales que se llevan a cabo a través de los medios de comunicación por parte del actor político u organización que establece todos los vínculos comunicativos con los medios de comunicación para llegar a la opinión pública (electorado) optimizando su identidad e imagen socio-política, para conseguir los mejores resultados (especialmente en campañas electorales).

Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

La asignatura "Comunicación Política y Electoral" se desarrolla a lo largo del segundo cuatrimestre de 3º curso, perteneciente al mismo módulo formativo en la que encontrará su apoyatura teórica (Teoría de la Información y de la Comunicación que se imparte en 3º de grado, así como "Estructura de la comunicación" (2º curso) y su apoyatura práctica en las asignaturas propias y específicas de la profesión periodística y en su caso del Grado de Periodismo.

Dado que la comunicación política habrá de utilizar necesariamente los medios de comunicación/redes sociales, para ello habrá de conocer todas las rutinas profesionales, tanto las personales como las organizacionales. Actuará como mediador entre la organización política y los medios de comunicación social. Redactará desde Notas de Prensa a artículos de opinión y podrá convocar Ruedas de Prensa dirigidas a periodistas, por lo que ambos interlocutores serán periodistas y hablarán un lenguaje periodístico-político compartidos. Se forma a un periodista en tareas de comunicación política.

La competencia del título con la que se relaciona esta asignatura es: 1. Ser competente para la comunicación en las distintas actividades periodísticas, y 2. Capacidad de integración y adecuación a la organización propia de la Dirección de

Comunicación, desde 2 perspectivas: a) Dominio de las rutinas profesionales y informativos, y b) Capacidad de trabajo autónomo y colaborativo.

Al superar la asignatura, el estudiante será más competente para...

- 1:** Saber entender, interpretar y diseccionar la Comunicación Política.
- 2:** Generar y gestionar la comunicación, la imagen y la identidad política.
- 3:** Conocer la Ley Electoral en lo relativo a los medios de comunicación en Campaña Electoral.
- 4:** Respetar y cumplir el código deontológico del comunicador político.

Importancia de los resultados de aprendizaje que se obtienen en la asignatura:

El estudiante de Periodismo que cursa esta asignatura adquiere los conocimientos básicos o bien para incorporarse a un Gabinete de Comunicación Política o desarrollar su función periodística en la sección especializada de Política, dado que sabrá entender, interpretar y diseccionar la Comunicación Política; Generar y gestionar la comunicación, la imagen y la identidad política; Conocer la Ley Electoral en lo relativo a los medios de comunicación en Campaña Electoral y

Respetar y cumplir el código deontológico del comunicador político.

Evaluación

Actividades de evaluación

El estudiante deberá demostrar que ha alcanzado los resultados de aprendizaje previstos mediante las siguientes actividades de evaluación

- 1:**
 - 4 Pruebas prácticas consistentes en la realización de trabajos prácticos, tanto en equipo como individualmente. Unas se trabajarán en el aula y otras fuera de ella.

Todas las pruebas prácticas constituirán el portafolio evidenciado de evaluación/aprendizaje del estudiante. Las prácticas tendrán un valor del 30%, que se puntuarán de 0-3.
 - 2:**
 - Realización de una evaluación final individual sobre base teórica, consistente en conocimientos teóricos recogidos en el temario desarrollado a lo largo del cuatrimestre. El valor de esta prueba será del 70%, que se puntuarán de 0-7, no superándose con un valor inferior al 5.
 - 2:**
 - Realización de una evaluación única individual sobre base teórico-práctica, consistente en la realización de una parte teórica en base a los contenidos del temario con un valor del 70% y otra práctica, valorada en 30%.
-

Actividades y recursos

Presentación metodológica general

El proceso de aprendizaje que se ha diseñado para esta asignatura se basa en lo siguiente:

La asignatura tiene una naturaleza práctica-aplicado. Se realizan análisis de discursos de comunicación política en MCM y redes sociales. Los contenidos teóricos expuestos en distintas sesiones de clase expositiva, se aplicarán en debates en los que los alumnos se inicien en el análisis, síntesis y comparación de distintos discursos periodístico-políticos en todos los géneros informativos: artículos de opinión, editoriales noticias, reportajes, crónicas, entrevistas, etc.; o redactarán sus propios discursos en cada género.

Las tutorías realizadas facilitarán a los alumnos las orientaciones que le soliciten para abordar las distintas actividades. No se descartan las clases magistrales-expositivas, en las que se explican los conceptos básicos sobre los que desarrollarán sus habilidades comunicativas. Se llevará a cabo el seguimiento continuo del aprendizaje del alumnado y feed-back mediante las prácticas comentadas, tanto en tutorías como en el aula en sus presentaciones individuales/grupales, y las actividades de evaluación servirán como prácticas de evaluación-aprendizaje, además de la calificación del portafolio generado y la calificación de una prueba teórica.

Actividades de aprendizaje programadas (Se incluye programa)

El programa que se ofrece al estudiante para ayudarle a lograr los resultados previstos comprende las siguientes actividades...

- 1:** La asignatura es de 6 créditos ECTS, equivalente a 150 horas de trabajo, de los cuales 2,4 créditos serán de naturaleza presencial y se dedicarán al trabajo realizado en el aula y a la asistencia de tutorías y seminarios y el resto (3,6 créditos) a actividades supervisadas y autónomas y al proceso de evaluación. El programa de actividades se desarrollará de la forma siguiente:

Planificación y calendario

Calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos

1. Programa de Teoría (22,5 horas, 0,9 ECTS). En él se desarrollarán los contenidos teóricos y situaciones aludidas en el apartado evaluación. Consistirán en clases expositivas en las que el docente presenta los contenidos teóricos de cada unidad temática, de forma participativa, introduciendo al mismo tiempo algunas actividades propias de la práctica profesional con ejemplos reales adaptados a los intereses del profesional del periodismo en funciones de comunicación política. Los temas contenidos son:

1. Estructuras de la comunicación política contemporánea.
 - 1.1 Comunicación y política.
 - 1.2 Comunicación política e institucional.
 - 1.3 El gabinete de comunicación política

2. El papel de los medios de comunicación de masas y de las nuevas tecnologías en la construcción de la representación simbólica de la política.
 - 2.1 Los Medios tradicionales: Prensa, Radio, TV
 - 2.2 Las Tele-Democracias
 - 2.3 Televisión interruptiva: ¿espectáculo o comunicación política?
 - 2.4 Los Medios emergentes: las redes sociales: FACEBOOK, TWITTER, YOUTUBE, LINKEDIN, MYSPACE.
 - 2.5 El activismo ciudadano y la movilización política: el SMS

3. Formatos de la comunicación electoral y potencial repercusión en los ciudadanos. La influencia norteamericana.
 - 3.1 La precampaña y la campaña
 - 3.2 Gestión de la campaña electoral: el gabinete de imagen de campaña
 - 3.3 Imagen del partido político; del candidato y del programa
 - 3.4 El mensaje electoral
 - 3.5 Los formatos televisivos: debate, infotainment, talk shows, late night shows, infosátiras.
 - 3.6 La adaptación del discurso político
 - 3.7 El mítin clásico
 - 3.8 Los sondeos electorales
 - 3.9 Estudio de caso: Las elecciones 22-Mayo-2011
4. Procesos de relación y condicionamiento de los periodistas y los medios respecto a los actores y las instituciones políticas
 - 4.1 La relación entre periodistas y políticos: Una relación necesaria
 - 4.2 Posicionamiento de los grupos editoriales
5. Código ético para profesionales de la comunicación política.

2. Programa de clases prácticas (22,5 horas, 0,9 ECTS)

Las clases prácticas serán de diferentes tipos:

- a) Actividades encaminadas a describir y analizar los diferentes tipos de comunicación política.
- b) Ejercicios prácticos (orales y escritos) para la puesta en práctica de los conceptos teóricos desarrollados
- c) Simulaciones de presentaciones reales por parte de un comunicador especializado, utilizando el vocabulario aprendido y los conceptos desarrollados.

3. Tutorías individuales y seminarios grupales (15 horas; 0,6 ECTS), de consulta y para la preparación de las actividades supervisadas y autónomas.

B) Actividades supervisadas y autónomas

4. Preparación de las prácticas y realización de las tareas que serán posteriormente corregidos y debatidos en clase (15 h.; 0,6 ECTS).

5. Estudio individual (70 horas, 2,8 ECTS) a lo largo del curso para asimilar lo expuesto en clase y para hacer las prácticas,

así como para preparar la prueba final teórica de la asignatura.

6. Proceso de evaluación (5 horas; 0,2 ECTS).

Referencias bibliográficas de la bibliografía recomendada

- Berrocal, Salomé (coord.). Comunicación política en televisión y nuevos medios. - 2003 Barcelona: Ariel
- Bongrand, M.. Le marketing politique. - 1993 Paris: UPF
- Bourdieu, Pierre. Sobre la televisión / Pierre Bourdieu ; traducción de Thomas Kauf . - 4a. ed. Barcelona : Anagrama, 2001
- Bueno, Gustavo. El mito de la cultura : ensayo de una filosofía materialista de la cultura / Gustavo Bueno . - 6a. ed. Barcelona : Prensa Ibérica, 2000
- Bueno, Gustavo. El mito de la derecha : qué significa ser de derechas en la España actual? / Gustavo Bueno . - 1ª ed. Madrid : Temas de Hoy, 2008
- Bueno, Gustavo. El mito de la izquierda. - 2003 Barcelona: Ediciones B
- Canel, María José. Comunicación política : una guía para su estudio y práctica / María José Canel . - 2ª ed., reimp. Madrid : Tecnos, 2008
- Castells, Manuel. Comunicación y poder / Manuel Castells ; traducción de María Hernández . - 1ª ed., 1ª reimp. Madrid : Alianza, D.L. 2009
- Cómo ganar unas elecciones : comunicación y movilización en las campañas electorales / Pere-Oriol Costa (comp.) Barcelona [etc.] : Paidós, 2008.
- Comunicación política / [autores, David L. Swanson...(et al.)] ; Alejandro Muñoz-Alonso, Juan Ignacio Rospir (directores de la edición) Madrid : Universitat, D.L. 1995
- Democracia mediática y campañas electorales / Alejandro Muñoz-Alonso, Juan Ignacio Rospir (editores) . - 1ª ed. Barcelona : Ariel, 1999
- El candidato marca : cómo gestionar la imagen del líder político / Rocío Zamora Medina (coord.) Madrid : Fragua, 2009.
- García Beaudoux, Virginia. Comunicación política y campañas electorales : estrategias en elecciones presidenciales / Virginia García Beaudoux, Orlando D'Adamo, Gabriel Slavinski Barcelona : Gedisa, 2005
- Hallin, Daniel C.. Sistemas mediáticos comparados : tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política / Daniel C. Hallin y Paolo Mancini ; con un prólogo de María T. Bretones y Carlos Zeller . - 1ª ed. Barcelona : Hacer, 2008
- Maarek, Phillipe J.. Marketing político y comunicación : claves para una buena información política / Phillipe J. Maarek Barcelona : Paidós, 2009
- MacLuhan, Marshall. Comprender los medios de comunicación : las extensiones del ser humano / Marshall McLuhan ; [traducción de Patrick Ducher] . - 1ª ed. en la colección Bolsillo Barcelona : Paidós Ibérica, 2009
- Mazzoleni, Gianpietro. La comunicación política / Gianpietro Mazzoleni ; traducción de Pepa Linares ; revisión técnica de Félix Ortega Madrid : Alianza Editorial, 2010
- Monzon Arribas, Cándido. Encuestas y elecciones / Cándido Monzón Madrid : Tecnos, 2005
- Monzón Arribas, Cándido. La opinión pública : teorías, concepto y métodos / Cándido Monzón Arribas . - [1a ed., reimp.] Madrid : Tecnos, D.L. 1990
- Monzón Arribas, Cándido. Opinión pública, comunicación y política / Cándido Monzón. - Reimp. Madrid : Tecnos, D.L. 2009
- New directions in political communication : a resource book / edited by David L. Swanson, Dan Nimmo. . - [1st. printing] Newbury Park, Calif. ; London : Sage, 1990
- Nimmo, D. ; Savage, R.. Candidates and their images. - 1976 Santa Monica: Goodyear Publishing
- Owen, David. En el poder y en la enfermedad : enfermedades de jefes de Estado y de Gobierno en los últimos cien años / David Owen ; traducción del inglés de María Cándor Madrid : Siruela, D.L. 2010
- Pérez Rodríguez, Mª Amor. Los nuevos lenguajes de la comunicación : enseñar y aprender con los medios / Mª Amor Pérez Rodríguez . - [1ª ed.] Barcelona [etc.] : Paidós, D. L. 2004
- Política y comunicación en la historia contemporánea / Enrique Bordería Ortiz, Francesc Martínez Gallego, Inmaculada Rius Sanchis (coordinadores) Madrid : Fragua, 2010
- Rodríguez Borges, Rodrigo Fidel. Comunicación mediática y espacio público / Rodrigo Fidel Rodríguez Borges, Domingo Fernández Agís . - 1a. ed. La Laguna : Universidad, Servicio de publicaciones, 200
- Rospir Zabala, Juan Ignacio. Opinión pública : la tradición americana, 1908-1965 / Juan Ignacio Rospir Madrid : Biblioteca Nueva, 2010
- Sartori, Giovanni. Homo videns : la sociedad teledirigida / Giovanni Sartori Madrid : Taurus, 1998
- Sartori, Giovanni. Videopolítica: medios, información y democracia de sondeos. - 2003 Madrid: Fondo de cultura económica de España
- Televisión y urnas 2004 : políticos, periodistas y publicitarios / Victor Sampedro Blanco, (coord.) Madrid : Centro de Estudios Ramón Areces, 2008
- Yanes Mesa, Rafael. Comunicación política y periodismo : apuntes para la eficacia del mensaje persuasivo / Rafael Yanes Mesa Madrid : Fragua Editorial, 2009