

25346 - Comunicación política y electoral

Información del Plan Docente

Año académico: 2019/20

Asignatura: 25346 - Comunicación política y electoral

Centro académico: 103 - Facultad de Filosofía y Letras

Titulación: 272 - Graduado en Periodismo

Créditos: 6.0

Curso: 3

Periodo de impartición: Segundo cuatrimestre

Clase de asignatura: Optativa

Materia: ---

1. Información Básica

1.1. Objetivos de la asignatura

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

Las competencias del Grado relacionadas con esta asignatura son la competencia para la información política desde las distintas actividades periodísticas en medios de comunicación de información general o política y la capacidad de integración y adecuación en organizaciones de comunicación política y/o electoral, desde 2 perspectivas: a) Dominio de las rutinas profesionales y informativos, especialmente en el terreno político, y b) Capacidad de trabajo autónomo y colaborativo.

1.2. Contexto y sentido de la asignatura en la titulación

La asignatura "Comunicación Política y Electoral" se desarrolla a lo largo del segundo cuatrimestre del curso 3º o 4º como materia optativa. Dado que la comunicación política utilizará necesariamente los medios de comunicación/redes sociales, serán éstos el soporte necesario, lo que obligará a conocer y analizar todas las rutinas profesionales, tanto las personales como las organizacionales. Los medios actuarán como mediador entre las organizaciones políticas (gobierno, partidos políticos, candidatos electorales e instituciones políticas) y los ciudadanos. El estudiante por tanto conocerá las claves de la comunicación política (emisor y mensaje), lo que le permitirá tanto comunicar (desde un Gabinete de Comunicación Política) como informar (desde cualquier medio de comunicación) sobre los temas políticos.

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.

1.3. Recomendaciones para cursar la asignatura

Para cursar con éxito esta asignatura es recomendable tener un interés por la vida y la comunicación política y una actitud crítica y pro-activa hacia los procesos de comunicación política.

2. Competencias y resultados de aprendizaje

2.1. Competencias

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

E1 - Ser competente en la indagación y análisis de la realidad en sus diversos ámbitos (Político, jurídico, económico, jurídico, artístico, cultural, científico, tecnológico y deportivo).

E2 - Ser competente para la comunicación en los distintos géneros, lenguajes, soportes y tecnologías, integrado en los diferentes contextos y medios profesionales en los que se desarrolla la actividad periodística.

E2.1 - Capacidad para expresarse correcta y eficazmente en los diversos lenguajes y contextos.

E2.2.1 - Dominio de los procesos y técnicas de producción de contenidos informativos y de comunicación.

E2.2.2 - Conocimiento del contexto y medio de la actividad periodística.

E2.2.3 - Capacidad de trabajo autónomo y colaborativo.

2.2. Resultados de aprendizaje

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

Es capaz de comprender e interpretar la realidad política y los mensajes electorales.

Podrá producir una información política, tanto en el ámbito local, autonómico, nacional o europeo.

Será capaz de controlar los procesos de producción de mensajes políticos y electorales.

Conoce todas las fases de una campaña electoral y puede informar de toda ella.

Podrá participar como miembro de un Gabinete de Imagen para campañas electorales, de forma autónoma y colaborativa.

Dominará las técnicas de producción de los mensajes políticos y sabrá informar de ellos adecuadamente.

2.3.Importancia de los resultados de aprendizaje

El estudiante será capaz de generar sus propios mensajes políticos, así como informar de ellos con un conocimiento no sólo teórico sino práctico. Podrá vivir una campaña electoral como si fuera un político o un periodista.

3.Evaluación

3.1.Tipo de pruebas y su valor sobre la nota final y criterios de evaluación para cada prueba

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

I Convocatoria

Prueba Global

a) Características:

- 1) PRUEBA ESCRITA SOBRE EL PROGRAMA TEÓRICO (70%) basada en desarrollo de temas, (Duración: 2 h.) y
- 2) PRUEBA PRÁCTICA, basado en un trabajo en equipo, que será presentado públicamente por todos los estudiantes (30%) (Duración: 1 h).

b) Criterios de evaluación: se valorará tanto el conocimiento, la capacidad de relacionar, elaborar y sintetizar, así como la corrección en la redacción (sin errores ortográficos). En la presentación oral se valorará tanto la capacidad comunicativa verbal como la no verbal y la corrección oral y capacidad expositiva.

II Convocatoria

a) Características:

- 1) PRUEBA ESCRITA SOBRE EL PROGRAMA TEÓRICO (70%) basada en desarrollo de temas, (Duración: 2 h.) y
- 2) PRUEBA PRÁCTICA, basado en un trabajo en equipo, que será presentado públicamente por todos los estudiantes (30%) (Duración: 1 h).

b) Criterios de evaluación: se valorará tanto el conocimiento, la capacidad de relacionar, elaborar y sintetizar, así como la corrección en la redacción (sin errores ortográficos). En la presentación oral se valorará tanto la capacidad comunicativa verbal como la no verbal y la corrección oral y capacidad expositiva.

4.Metodología, actividades de aprendizaje, programa y recursos

4.1.Presentación metodológica general

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

La asignatura "Comunicación Política y Electoral" tiene el objetivo general de presentar al estudiante la comunicación política ofrecida por los políticos: gobiernos, partidos políticos, candidatos electorales, gabinetes de comunicación electoral. Ninguna organización política sería visible ni eficaz sin una comunicación pública, especialmente a través de los medios de comunicación. Actualmente es imprescindible en toda organización política un sistema de comunicación, que verá su máxima representación en las campañas electorales. Se trata por tanto de llegar a conocer 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 vínculos comunicativos con los medios para llegar a la opinión pública (electorado) optimizando su identidad e imagen socio-política, en aras a conseguir los mejores resultados (especialmente en campañas electorales).

4.2.Actividades de aprendizaje

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

La parte teórica del programa ayudará al estudiante a diseñar y llevar a cabo una campaña electoral, como actividad práctica fundamental.

Se asistirá a distintos tipos de comunicación política en instituciones, partidos políticos o DGA para entrar en contacto con la práctica real.

4.3. Programa

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: Elecciones (locales, autonómicas, legislativas, europeas)
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.

4.4. Planificación de las actividades de aprendizaje y calendario de fechas clave

Calendario de sesiones presenciales y presentación de trabajos

Las clases se ajustarán al Calendario Académico aprobado por la Universidad.

Las fechas de las Pruebas Globales de Evaluación serán establecidas y publicadas por la Facultad.

Al principio de curso se informará del calendario de p las pruebas del sistema de Evaluación.

- Presentación de la asignatura y formación de grupos. Semana 1.
- Descripción y análisis del Proceso de Opinión Pública. Semana 2-6.
- Entrega y Presentación de los Trabajos Prácticos en equipo mediante Power Point a partir de la primera semana de mayo.
- Realización prueba teórica: semana 16.

4.5. Bibliografía y recursos recomendados

- Berrocal, Salomé (coord.). Comunicación política en televisión y nuevos medios. - 2003 Barcelona: Ariel
- Política y comunicación en la historia contemporánea / Enrique Bordería Ortiz, Francesc Martínez Gallego, Inmaculada Rius Sanchis (coordinadores) Madrid : Fragua, 2010
- 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 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 cultura : ensayo de una filosofía materialista de la cultura / Gustavo Bueno . - 6a. ed. Barcelona : Prensa Ibérica, 2000
- 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
- García Beaudoux, Virginia. Comunicación política y campañas electorales : estrategias en elecciones presidenciales / Virginia García Beadoux, 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, Phillippe J.. Marketing político y comunicación : claves para una buena información política / Phillippe J. Maarek Barcelona : Paidós, 2009
- Mazzoleni, Gianpietro. La comunicación política / Gianpietro Mazzoleni ; traducción de Pepa Linares ; revisión técnica de Félix Ortega Madrid : Alianza Editorial, 2010
- 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
- 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
- Monzon Arribas, Cándido. Encuestas y elecciones / Cándido Monzón Madrid : Tecnos, 2005
- Comunicación política / [autores, David L. Swanson...(et al.)] ; Alejandro Muñoz-Alonso, Juan Ignacio Rospir (directores de la edición) Madrid : Universitas, D.L. 1995
- Democracia mediática y campañas electorales / Alejandro Muñoz-Alonso, Juan Ignacio Rospir (editores) . - 1ª ed. Barcelona : Ariel, 1999
- Nimmo, D. ; Savage, R.. Candidates and their images. - 1976 Santa Monica: Goodyear Publishing
- Cómo ganar unas elecciones : comunicación y movilización en las campañas electorales / Pere-Oriol Costa (comp.) Barcelona [etc.] : Paidós, 2008.
- 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
- Rodríguez Borges, Rodrigo Fidel. Comunicación mediática y espacio público / Rodrigo Fidel Rodríguez Borges, Domingo Fernández Agis . - 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
- Televisión y urnas 2004 : políticos, periodistas y publicitarios / Victor Sampedro Blanco, (coord.) Madrid : Centro de Estudios Ramón Areces, 2008
- Sartori, Giovanni. Homo videns : la sociedad teledirigida / Giovanni Sartori Madrid : Taurus, 1998
- Sartori, Giovanni. Videopolítica : medios, información y democracia de sondeo / Giovanni Sartori . 1ª ed. Madrid : F.C.E. de Españam, 2003
- New directions in political communication : a resource book / edited by David L. Swanson, Dan Nimmo. . - [1st. printing] Newbury Park, Calif. ; London : Sage, 1990
- Yanes Mesa, Rafael. Comunicación política y periodismo : apuntes para la eficacia del mensaje persuasivo / Rafael Yanes Mesa Madrid : Fragua Editorial, 2009
- El candidato marca : cómo gestionar la imagen del líder político / Rocío Zamora Medina (coord.) Madrid : Fragua, 2009.
- Berrocal, Salomé.. Comunicación política en televisión y nuevos medios [recurso electrónico] coordinador Salomé Berrocal. . Barcelona : Ariel, 2003