

19-20

GRADO EN CIENCIA POLÍTICA Y DE LA
ADMINISTRACIÓN
CUARTO CURSO

GUÍA DE ESTUDIO PÚBLICA



COMUNICACIÓN POLÍTICA

CÓDIGO 69014085

UNED

19-20

COMUNICACIÓN POLÍTICA

CÓDIGO 69014085

ÍNDICE

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN
REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR LA ASIGNATURA
EQUIPO DOCENTE
HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE
TUTORIZACIÓN EN CENTROS ASOCIADOS
COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE
RESULTADOS DE APRENDIZAJE
CONTENIDOS
METODOLOGÍA
SISTEMA DE EVALUACIÓN
BIBLIOGRAFÍA BÁSICA
BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA
RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

Nombre de la asignatura	COMUNICACIÓN POLÍTICA
Código	69014085
Curso académico	2019/2020
Departamento	CIENCIA POLÍTICA Y DE LA ADMINISTRACIÓN
Título en que se imparte	GRADO EN CIENCIA POLÍTICA Y DE LA ADMINISTRACIÓN
Curso	CUARTO CURSO
Tipo	OPTATIVAS
Nº ETCS	6
Horas	150.0
Periodo	SEMESTRE 2
Idiomas en que se imparte	CASTELLANO

PRESENTACIÓN Y CONTEXTUALIZACIÓN

La política siempre ha tenido una dimensión simbólica y significativa pero hoy en día con el auge de la comunicación de masas y la revolución digital, política y comunicación han adquirido una interdependencia sin precedentes, y se afirma que la política en los medios de comunicación está sustituyendo a la política de partidos clásica. Esta asignatura presenta una introducción a los actores, las relaciones, los lenguajes y los formatos de la información política, así como algunas técnicas para su análisis sustantivo y sus efectos tanto para el sistema político como para los ciudadanos en tanto que electores. Para ello combina en una perspectiva interdisciplinar las contribuciones de diversas disciplinas especializadas con un énfasis en la ciencia política y la profundidad analítica propia de las ciencias sociales. Algunos de estos temas son por ejemplo:

- la historia de los medios de comunicación como instituciones políticas
- las tendencias recientes de los medios tras la aparición de Internet
- las teorías de la formación y el cambio de actitudes políticas
- la naturaleza de las noticias políticas
- el papel de las fuentes en la construcción de la noticia política
- los aspectos económicos de la producción y el consumo de noticias
- las formas en que los medios de comunicación configuran la percepción pública del mundo político
- la comunicación de la campaña electoral, y
- el papel general de los medios de comunicación en el proceso democrático.

Se trata de una asignatura optativa de cuarto curso que puede ser de interés para los estudiantes del Grado en Ciencia Política y de la Administración, del de Sociología y de otras titulaciones afines.

REQUISITOS Y/O RECOMENDACIONES PARA CURSAR LA ASIGNATURA

Ninguno pero el inglés resulta imprescindible para seguir los desarrollos recientes.

EQUIPO DOCENTE

Nombre y Apellidos	JOSE ANTONIO OLMEDA GOMEZ
Correo Electrónico	jolmeda@poli.uned.es
Teléfono	91398-7030
Facultad	FAC.CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA
Departamento	CIENCIA POLÍTICA Y DE LA ADMINISTRACIÓN
Nombre y Apellidos	ANGUSTIAS M HOMBRADO MARTOS
Correo Electrónico	ahombrado@poli.uned.es
Teléfono	91398-6183
Facultad	FAC.CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA
Departamento	CIENCIA POLÍTICA Y DE LA ADMINISTRACIÓN

HORARIO DE ATENCIÓN AL ESTUDIANTE

Los estudiantes podrán hacer consultas a los miembros del equipo docente preferiblemente a través del correo electrónico en cualquier momento.

-**Angustias Hombrado** (Profesora de Ciencia Política y de la Administración), telf. 91-3986183 (despacho 5.16) Correo electrónico: ahombrado@poli.uned.es

-**José A. Olmeda** (Catedrático de Ciencia Política y de la Administración), telf. 913987030 (Despacho 5.10) Correo electrónico jolmeda@poli.uned.es

Martes: 10.00-14.00.

TUTORIZACIÓN EN CENTROS ASOCIADOS

COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE

Competencias genéricas

2.2.2. Competencia en la búsqueda de la información relevante.

2.2.3. Competencia en la gestión y organización de la información.

4.1. Conocimiento y práctica de las reglas del trabajo académico.

Competencias específicas

CE01. Conocer y usar conceptos y razonamientos fundamentales de la Ciencia Política y de la Administración.

CE09. Comprender y saber analizar el comportamiento político de los actores que forman una comunidad política.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE

A lo largo del curso los estudiantes adquirirán conocimientos acerca de:

1. El papel de la comunicación política en las democracias contemporáneas.
2. Las teorías sobre el papel, el poder y las capacidades de influencia de los medios de comunicación en la esfera política.
3. Los intentos políticos de controlar el poder de los medios y de orientar las políticas públicas empleándolos para impulsar opiniones, dominar los contenidos y atraer una cobertura favorable.
4. Cómo analizar, pensar y hablar sobre la comunicación política de una manera crítica e informada.
5. Una formación básica en la investigación comparativa sobre la comunicación política.
6. Un conocimiento acerca de cómo desarrollar sus propios proyectos de investigación comparativa sobre la comunicación política, eligiendo el método apropiado para formular y responder una pregunta de investigación, así como para recabar los datos apropiados.
7. Un conocimiento acerca de cómo comprender y criticar la literatura comparada sobre comunicación política.

CONTENIDOS

Tema 1. El campo de la comunicación política (Mazzoleni 2010: 17-50).

Tema 2. La opinión pública en los regímenes democráticos (Sartori 1987 en aLF).

Tema 3. Comunicación política y opinión pública (Olmeda 2018 en aLF).

Tema 4. Metodología, medidas y técnicas de análisis (Olmeda 2018 en aLF).

Tema 5. Sistema político y medios de comunicación (Mazzoleni 2010: 51-89).

Tema 6. La digitalización de la esfera pública (Olmeda 2017 en aLF).

Tema 7. Modelos y efectos de la interacción política-medios (Mazzoleni 2010: 91-115).

Tema 8. Lenguajes, rituales y símbolos de la política (Mazzoleni 2010: 117-142).

Tema 9. Los medios y la información política y electoral (Mazzoleni 2010: 185-228).

Tema 10. La comunicación de las campañas: propaganda y márketing electoral (Mazzoleni 2010: 143-183).

Tema 11. Influencia y recepción (Mazzoleni 2010: 229-263).

Tema 12. Los efectos de la comunicación política (Mazzoleni 2010: 265-319).

METODOLOGÍA

La enseñanza de esta asignatura se desarrolla a través de las siguientes actividades formativas:

- Estudio de los temas propuestos por el equipo docente en la bibliografía básica incluyendo las lecturas colgadas en la plataforma.
- Lectura de las orientaciones generales que el equipo docente de la asignatura facilita en el curso virtual.
- Visualización y audición de materiales audiovisuales disponibles en el curso virtual de la asignatura.
- Solución de dudas planteadas a través del correo electrónico).
- Discusión y revisión de las prácticas con el equipo docente, en su caso, aunque en principio no está prevista la realización de PEC.
- Preparación y realización de los exámenes.

SISTEMA DE EVALUACIÓN

TIPO DE PRUEBA PRESENCIAL

Tipo de examen	Examen de desarrollo
Preguntas desarrollo	3
Duración del examen	120 (minutos)
Material permitido en el examen	

Ninguno

Criterios de evaluación

La prueba personal constará de un examen que el estudiante podrá realizar coincidiendo con la convocatoria de la Segunda Prueba Ordinaria de exámenes de la UNED. El examen consistirá en responder a dos preguntas breves de carácter conceptual y a un tema de desarrollo. En ambos casos, serán extraídos del programa de la asignatura. En el primer caso, el estudiante deberá demostrar claridad de ideas y dar una respuesta concisa a las cuestiones conceptuales del temario. En el segundo, deberá demostrar su dominio de los textos objeto de examen y su capacidad de redacción y exposición: planteamiento de la cuestión, desarrollo argumental con evidencias y justificaciones y principales conclusiones. La duración de la prueba presencial será de dos horas.

% del examen sobre la nota final	100
Nota del examen para aprobar sin PEC	5
Nota máxima que aporta el examen a la calificación final sin PEC	10
Nota mínima en el examen para sumar la PEC	5
Comentarios y observaciones	

Aunque la experiencia previa como estudiante en otros niveles de enseñanza o en otras titulaciones universitarias es, lógicamente, la principal fuente de conocimiento particular de las técnicas de estudio o estrategias de aprendizaje que a cada estudiante le resultan más eficaces para estudiar una asignatura como ésta, algunas recomendaciones pueden mejorar el trabajo intelectual que se le exige al estudiante a distancia:

Planificación del estudio desde el comienzo del curso, de modo que el estudiante pueda ir resolviendo dudas y relacionando los temas posteriores con los anteriores. De este modo será más sencillo disponer de tiempo para repasar y preparar la prueba de evaluación.

Afianzarse en un método de estudio propio que incluya la lectura reflexiva. Se aconseja para ello una primera lectura exploratoria, una posterior lectura más detallada a partir de la cual puedan elaborarse esquemas y gráficos, que traten de identificar y mantener una lógica de pensamiento.

Aproximarse de forma exploratoria a los textos básicos obligatorios o recomendados, buscando las paradojas que en ellos se plantean, los argumentos que se plantean, los métodos que se utilizan para tratar de exponer tales argumentos.

Preguntarse acerca de lo que se ha leído, tratando de contextualizarlo en el resto de la asignatura y con otras asignaturas. Buscar las conexiones con la realidad política y administrativa del país o de otros países.

Formularse preguntas cuyas respuestas recojan los contenidos fundamentales del texto básico para el estudio de la asignatura;

Repasar la relación y definición de los conceptos vertebradores de cada capítulo y comprobar que se entienden antes de pasar al tema siguiente.

Por supuesto, puede ser útil el uso de las consultas con el equipo docente, en caso de que algo no se entienda bien. Los docentes de la asignatura dedicarán todas las semanas el tiempo asignado a consultas preferiblemente por correo electrónico. Sirven para resolver inquietudes, dudas o solicitar información bibliográfica.

Se trata, en definitiva, de conseguir una asimilación de la materia que permita comprender mejor la forma y el fondo de los fenómenos tratados en cada tema; es decir, sus características definitorias, en virtud de las cuales cabe identificarlos en la realidad, y sus lógicas de funcionamiento.

PRUEBAS DE EVALUACIÓN CONTINUA (PEC)

¿Hay PEC?

Descripción

En función del número de alumnos matriculados en la asignatura, el equipo docente decidirá proponer la realización de una prueba de evaluación continua, que se anunciará debidamente en la plataforma al empezar el curso.

Dicha PEC tendrá un carácter opcional y su propósito será mejorar las competencias de los alumnos en la búsqueda autónoma de información y un conocimiento práctico de primera mano sobre la comunicación política más cercana mediante la elaboración de un breve video original e individual sobre alguna de las organizaciones políticas presentes en España con el que se pueda comprobar su asimilación de algunos de los conceptos y descripciones contenidas en los textos del temario.

En caso de que finalmente se ofrezca, esta prueba deberá ser remitida al equipo docente en función del diseño final de la misma. En todo caso la actividad deberá entregarse mediante los dispositivos previstos en la plataforma a principios del mes de mayo, una vez que el alumno haya estudiado la mayor parte de las lecturas del curso sobre los diferentes aspectos de la comunicación política contemporánea.

Criterios de evaluación

Ponderación de la PEC en la nota final	5%
Fecha aproximada de entrega	15/05/2018
Comentarios y observaciones	

OTRAS ACTIVIDADES EVALUABLES

¿Hay otra/s actividad/es evaluable/s?

Descripción

Criterios de evaluación

Ponderación en la nota final	0
Fecha aproximada de entrega	
Comentarios y observaciones	

¿CÓMO SE OBTIENE LA NOTA FINAL?

La prueba presencial representará al menos el 95% de la calificación final.

En caso de proponerse una PEC, los estudiantes podrán obtener a través de la misma restante 5 % (hasta 0,5 puntos de la calificación final). La nota obtenida en la PEC se sumará a la nota obtenida en la prueba presencial, siempre que esta última se haya superado con una calificación mínima de 5 puntos sobre 10.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

ISBN(13):9788420669403

Título:LA COMUNICACIÓN POLÍTICA (2010)

Autor/es:Mazzoleni, Gianpietro ;

Editorial:: ALIANZA EDITORIAL

Las lecturas para este curso consisten, además del manual, en varios textos que estarán disponibles, en su caso, en la plataforma aLF:

- Sartori, Giovanni (1987), *Teorías de la democracia. 1. El debate contemporáneo*. Madrid: Alianza: 116-166.
- Olmeda, José A. (2019), Comunicación política y opinión pública.
- Olmeda, José A. (2019), Metodología, medidas y técnicas de análisis.
- Olmeda, José A. (2017), La digitalización de la esfera pública.
- Paquino, Gianfranco (1990) "Liderazgo y comunicación política", *Psicología política*, 1, noviembre: 65-85.

El sitio web de la asignatura es accesible únicamente previa autenticación del estudiante.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Los estudiantes pueden agregar algunos contenidos a la bibliografía básica mediante otras lecturas complementarias que pueden resultar de interés:

- Boin, Arjen, Hart, Paul 't, Stern, Eric, Sundelius, Bengt 2007: *La política de gestión de crisis. El liderazgo público bajo presión*. Madrid, INAP: 91-114.
- Bustamante, Enrique 2010: "La contrarreforma audiovisual socialista", *Le Monde Diplomatique en español*, 172, febrero.
- Colomé, Gabriel 1994: *Política y medios de comunicación: una aproximación teórica*. Barcelona: ICPS.
- Colomé, Gabriel 2001: *El príncipe mediático (Un cuaderno americano)*. Barcelona: Fundació Rafael Campalans.
- Colomé, Gabriel 2005: *El príncipe en campaña*. Barcelona: Fundació Rafael Campalans.
- Díaz-Nosty, Bernardo 2005: *El déficit mediático. Donde España no converge con Europa*. Barcelona, Bosch.

- González, Juan Jesús 2007: “Los medios en la democracia avanzada ¿Hacia una democracia de audiencia?”, en Juan Jesús González, Miguel Requena (Comps.) *Tres décadas de cambio social en España*. Madrid: Alianza Editorial, segunda edición: 345-381.
 - González, Juan Jesús, Bouza, Fermín 2009: *Las razones del voto en la España democrática, 1977-2008*. Madrid, La catarata.
 - González, Juan Jesús, Olmeda, José Antonio 2011: “El sistema mediático en tiempos de Rodríguez Zapatero: un bucle melancólico”, en César Colino, Ramón Cotarelo (comps.) *España ante la crisis. La segunda legislatura de Rodríguez Zapatero*. Valencia: Tirant Lo Blanch: 311-330.
 - Hood, Christopher 2014: *El juego de la culpa. Manipulación, burocracia y autoconservación en el Estado*. Madrid: Instituto Nacional de Administración Pública.
 - Olmeda, José A. 2005: “Miedo o engaño: el encuadramiento de los atentados terroristas del 11-M en Madrid y la rendición de cuentas electoral”, *DT Nº 24/2005 (Traducción aumentada del inglés) (24/6/2005)*
<http://www.realinstitutoelcano.org/documentos/206.asp>
 - Sánchez Medero, Rubén (comp.) 2016: *Comunicación política. Nuevas dinámicas y ciudadanía permanente*. Madrid: Tecnos.
1. El campo de la comunicación política.

Arroyo, Luis (2012), *El poder político en escena. Historia, estrategias y liturgias de la comunicación política*. Barcelona: RBA.

Briggs, Asa, Burke, Peter (2002), *De Gutenberg a Internet. Historia social de los medios de comunicación*. Madrid: Taurus.
 2. La opinión pública en los regímenes democráticos.

Castells, Manuel (2009), *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza, 376-392.

Hallin, Daniel y Mancini, Paolo (2008), *Sistemas mediáticos comparados*. Barcelona: Hacer, 19-69.

Manin, Bernard (1998), *Los principios del gobierno representativo*. Madrid: Alianza, 237-292.

Monzón, Cándido (1996), *Opinión pública, comunicación y política. La formación del espacio público*. Madrid: Tecnos.

Noelle-Neumann, Elisabeth (1995), *La espiral del silencio*. Barcelona: Paidós.
 3. Comunicación política y opinión pública.

Lippmann, Walter 2003 [1922], *La opinión pública*. San Lorenzo de El Escorial: Langre.
 4. Metodología, medidas y técnicas de análisis.

McCombs, Maxwell (2006): *Estableciendo la agenda. Los medios de comunicación y la opinión pública*. Barcelona: Paidós, pp. 135-141, 167-181 y 189-197.

González, Juan Jesús, Rodríguez, Raquel, Castromil, Antón R. (2012), “Dilemas metodológicos en un estudio longitudinal de la influencia de los medios sobre el voto”, en Guinea, Daniel (comp.), *Trucos del oficio de investigador*. Barcelona: Gedisa, 199-222.

5. Sistema político y medios de comunicación.

Hallin, Daniel y Mancini, Paolo (2008), *Sistemas mediáticos comparados*. Barcelona: Hacer.

6. La digitalización de la esfera pública.

- Cotarelo, Ramón, Gil, Javier (Comps.) (2017) *Ciberpolítica. Gobierno abierto, redes, deliberación, democracia*. Madrid: INAP.

- Cotarelo, Ramón, Olmeda, José A. (Comps.) (2014) *La democracia del siglo XXI. Política, medios de comunicación, internet y redes sociales*. Madrid, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales. Prólogo de Benigno Pendás.

- Cotarelo, Ramón (Comp.) (2013) *Ciberpolítica. Las nuevas formas de acción y comunicación políticas*. Valencia: Tirant lo Blanch.

- Cotarelo, Ramón, Crespo, Ismael (Comps.) (2012) *La comunicación política y las nuevas tecnologías*. Madrid: Catarata.

7. Modelos y efectos de la interacción política-medios.

Chavero, Palmira (2015), *Prensa y política en tiempos de crisis: estudio de la legislatura 2008-2011*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.

8. Lenguajes, rituales y símbolos de la política.

Klemperer, Victor (2001), *LTI: La lengua del Tercer Reich*. Barcelona: Minúscula.

Leith, Sam (2012), *¿Me hablas a mí? La retórica de Aristóteles a Obama*. Madrid: Taurus.

9. Los medios y la información política y electoral.

Chavero, P., J. J. González, F. Bouza, A. R. Castromil, R. Rodríguez (2013): "La mediatización de la agenda política: la discusión del pacto social como conflicto de agendas, 2009-2011", *Revista Latina de Comunicación Social*.

10. La comunicación de las campañas: propaganda y mercadotecnia electoral.

Martínez Coma, Ferrán (2008), *¿Por qué importan las campañas electorales?*. Madrid: CIS.

Rico, Guillem (2009), *Líderes políticos, opinión pública y comportamiento electoral en España*. Madrid: CIS.

Maarek, Philippe J.: *Marketing político y comunicación*, pp. 77-127. Paidós, Barcelona, 2009.

Luque, Teodoro (1996), *Marketing político*. Barcelona: Ariel.

Castromil, Antón R., Chavero, Palmira (2012), "Polarización política y negativismo mediático. Similitudes y diferencias en la prensa de derecha y la de izquierda en las elecciones autonómicas y municipales de 2011", *Redmarka*, V, 8, Vol. 1: 55-81.

11. Influencia y recepción.

Callejo, Javier (1995), *La audiencia activa. El consumo televisivo: discursos y estrategias*. Madrid: CIS.

Chicharro, María del Mar, Rueda, José Carlos (2005), *Imágenes y palabras: Medios de comunicación y públicos contemporáneos*. Madrid: CIS.

12. Los efectos de la comunicación política.

Bryant, Jennings, Zillmann, Dolf, (comps.) (1994), *Los efectos de los medios de comunicación: investigaciones y teorías*. Barcelona: Paidós.

Vínculos de Internet a instituciones de estudio y websites sobre comunicación política

- Asociación de comunicación política: <http://www.compolitica.com/>
- Centro de Investigaciones Sociológicas, Presidencia del Gobierno: <http://www.cis.es/cis/opencms/ES/index.html>
- Centro de Estudios de Opinión, Generalidad de Cataluña: <http://ceo.gencat.cat/ceop/AppJava/pages/index.html>
- Euskobarómetro: http://www.ehu.es/cpvweb/pags_directas/euskobarometroFR.html
- The Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy, John F. Kennedy School of Government, Harvard University: <http://www.hks.harvard.edu/presspol/>
- The Pew Research Center for The People &The Press: <http://people-press.org/>
- The Project for Excellence in Journalism: <http://journalism.org/>
- The Pew Research Center's Internet &American Life Project: <http://www.pewinternet.org/>
- Political Communication Lab, Stanford University: <http://pcl.stanford.edu/>
- Canales *youtube* de los partidos españoles:

RECURSOS DE APOYO Y WEBGRAFÍA

El curso virtual instalado en la plataforma aLF constituye el principal recurso de apoyo al estudio. Los estudiantes podrán encontrar en él la bibliografía complementaria, previa identificación mediante su dirección de correo electrónico y su contraseña. El acceso regular a este curso virtual es necesario para participar en diferentes actividades formativas.

IGUALDAD DE GÉNERO

En coherencia con el valor asumido de la igualdad de género, todas las denominaciones que en esta Guía hacen referencia a órganos de gobierno unipersonales, de representación, o miembros de la comunidad universitaria y se efectúan en género masculino, cuando no se hayan sustituido por términos genéricos, se entenderán hechas indistintamente en género femenino o masculino, según el sexo del titular que los desempeñe.