



Curso Académico 2016-17

INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN POLÍTICA

Ficha Docente

ASIGNATURA

Nombre de asignatura (Código GeA): INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN POLÍTICA (803615)

Créditos: 6

Créditos presenciales: 3

Créditos no presenciales: 3

Semestre:

PLAN/ES DONDE SE IMPARTE

Titulación: GRADO EN PERIODISMO

Plan: GRADO EN PERIODISMO

Curso: 3 **Ciclo:** 1

Carácter: Optativa

Duración/es: Primer cuatrimestre (actas en Feb. y Sep.), Segundo cuatrimestre (actas en Jun. y Sep.)

Idioma/s en que se imparte:

Módulo/Materia: CREACIÓN DE CONTENIDOS PERIODÍSTICOS. PÚBLICOS Y EFECTOS/RECEPCIÓN DE LA COMUNICACIÓN

PROFESOR COORDINADOR

Nombre	Departamento	Centro	Correo electrónico	Teléfono
JIVKOVA SEMOVA, DIMITRINA	Periodismo III	Facultad de Ciencias de la Información	djivkova@ucm.es	

PROFESORADO

Nombre	Departamento	Centro	Correo electrónico	Teléfono
YELO DIAZ, MARIA SOLEDAD	Periodismo III	Facultad de Ciencias de la Información	msyelo@ucm.es	
CAVADAS GORMAZ, MARIA JOSEFA	Periodismo III	Facultad de Ciencias de la Información	mcavadas@ucm.es	
JIVKOVA SEMOVA, DIMITRINA	Periodismo III	Facultad de Ciencias de la Información	djivkova@ucm.es	

SINOPSIS

BREVE DESCRIPTOR:

Esta asignatura busca que el alumno adquiera conceptos básicos de la teoría y comunicación política, al mismo tiempo que se inicie en la metodología de investigación de este campo. Para ello se fomentará la lectura de textos fundamentales en la materia así como la reflexión sobre procesos y prácticas políticas contemporáneas.

REQUISITOS:

ninguno

OBJETIVOS:

Adquisición de un lenguaje conceptual de teoría y comunicación política.
Iniciación a la metodología de investigación en comunicación política.
Capacidad de lectura crítica de textos y análisis de procesos políticos contemporáneos.
Análisis de los procesos de comunicación e información dentro del ámbito sociopolítico.

COMPETENCIAS:

Generales

Adquisición de un lenguaje conceptual de teoría y comunicación política.
Iniciación a la metodología de investigación en comunicación política.
Capacidad de lectura crítica de textos, y análisis de procesos y prácticas políticas contemporáneas.
Adquisición de técnicas y herramientas para la creación de estrategias políticas.

Transversales:

Comprender y analizar la comunicación política resaltando el valor histórico de la democracia.
Vincular las metodologías propias a otras disciplinas como la psicología social, antropología, las ciencias políticas, etc. en el análisis del entorno político-social.

Específicas:

Análisis de campañas electorales en ámbitos locales, regionales, nacionales e internacionales.
Aprender las claves de la argumentación en comunicación política.
Comprender la importancia de la globalización y las nuevas tecnologías en los entornos sociopolíticos actuales.



Curso Académico 2016-17

INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN POLÍTICA

Ficha Docente

Otras:

CONTENIDOS TEMÁTICOS:

La política desde el punto de vista comunicativo y los procesos comunicativos desde el punto de vista político. La Retórica. El paradigma retórico en la comunicación y en la teoría política. La construcción simbólica de la gestión y la acción política a través de su representación mediática. Crítica de la ideología y teoría de la hegemonía. Ciudadanía: agencias y articulaciones. Los procesos de socialización política a través de la información de actualidad, los programas de entretenimiento y los discursos de ficción de los medios de comunicación. La selección temática y la construcción de la relevancia política. Los procesos de influencia. Modelos de difusión masiva y en red. Los periodistas y el proceso político. Demoscopia, democracia mediática, marketing político y videopolítica. Las campañas electorales y las estrategias de 'campaña permanente'. racionalidades, prácticas y discursos políticos emergentes. Los movimientos sociales.

ACTIVIDADES DOCENTES:

Clases teóricas:

1. ACTIVIDADES FORMATIVAS:

La actividad docente combinará teoría y práctica para lograr un aprendizaje que combine la adquisición de conocimientos estructurados y basados en una bibliografía acreditada con la participación y reflexión personal del alumno. El estudiante tendrá información de esta metodología docente antes y durante el curso por medio de la página web de la Facultad, del Campus Virtual o de las páginas personales de los profesores, así como a través de las tutorías.

Las actividades formativas de la materia comprenderán:

Las clases teóricas: Constarán de exposiciones teóricas del profesor, análisis orientado de ejemplos y ejercicios de aplicación y debate y comentario de textos de consulta.

Seminarios:

Seminarios (o grupos de trabajo): En función de los diferentes temas abordados en el programa podrán establecerse grupos de discusión y análisis complementario sobre algunas cuestiones de actualidad conectadas con la materia (como el papel concreto de los medios de comunicación internacionales, nacionales y locales en procesos electorales en desarrollo, análisis de casos de intervención mediática en procesos de comunicación política, organización de debates políticos, análisis de discursos políticos). Estos grupos podrán crearse a iniciativa tanto del profesor como de los propios alumnos.

Clases prácticas:

Trabajos propuestos de la asignatura: de forma individual o grupal los estudiantes harán pequeñas investigaciones relativas a prácticas y procesos políticos: discursos informativos, informes demoscópicos, debates parlamentarios, etc.

Tutorías: Ofrecerán apoyo y asesoramiento personalizado para abordar las tareas encomendadas en todas las actividades formativas, aportando a través de ellas indicaciones y comentarios explicativos de la evaluación aplicada.

Trabajos de campo:

Prácticas autoguiadas que tienen como objetivo desarrollar la capacidad de observación, reflexión y análisis crítico de los espacios públicos y el entorno social. El profesor tratará de fomentar en el alumno el interés por el seguimiento de otras fuentes conocimiento y reflexión que ayuden a contextualizar o situar en dimensiones más prácticas y cotidianas las cuestiones de la información y comunicación política abordados en la materia.

Prácticas clínicas:

Laboratorios:

Exposiciones:

Orientadas a partir de las tutorías y las pautas de actividad fijadas en las clases y normativa interna de asignatura, publicada en los programas de la materia.

Presentaciones:

Otras actividades:

Asistencia a actividades formativas extralectivas programadas por la Facultad y/o por otros organismos o empresas que sean de interés específico para la materia (Congresos, Jornadas, Seminarios, ciclos de Conferencias): El profesor tratará de fomentar en el alumno el interés por el seguimiento de otras fuentes conocimiento y reflexión que ayuden a contextualizar o situar en dimensiones más prácticas y cotidianas las cuestiones de la información y comunicación política abordados en la materia.

Estudio y trabajo personal: orientado a partir de las tutorías y las pautas de actividad fijadas en las clases y normativa interna de asignatura, publicada en los programas de la materia.

TOTAL:

EVALUACIÓN:

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN DE LA ADQUISICIÓN DE COMPETENCIAS

La evaluación se realizará de manera continua durante todo el cuatrimestre. Se valorará de forma proporcional la asistencia y participación del alumno en todas las actividades formativas y los resultados de las pruebas objetivas para la valoración de los conocimientos adquiridos por los alumnos en cada uno de los bloques temáticos que constituyen la materia.

En los ejercicios escritos se evaluará la calidad literaria, expositiva y creativa de los textos, además de su contenido conceptual. Y también se exigirá rigor en la selección y presentación correcta de las fuentes.

2. DISTRIBUCIÓN DE LAS ACTIVIDADES:

60% Exámenes, actividad presencial y pruebas.

30% Prácticas del alumno.



Curso Académico 2016-17

INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN POLÍTICA

Ficha Docente

10% Actividades extralectivas.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

- Blumenthal, Sidney (1979): The permanent campaign. Inside the world of elite political operatives. Univeresalist Unitarian Press.
- Campbell, A., Converse, P.E., Miller, W.E. (1960): The American Voter. Nueva York y Londres.
- Castells, Manuel (ed.). (2004): La sociedad red: una visión global. Madrid: Alianza editorial.
- Crespo, Ismael (et. al.) (2011): Manual de comunicación política y estrategias de campaña: candidatos, medios y electores en una nueva era. Buenos Aires: Biblos.
- Gran, Elena e Ibarra, Pedro (coord.). (2005): Anuario de movimientos sociales: la política en la red. Barcelona: Icaria Editorial.
- Martín Salgado, Lourdes (2002): Marketing Político. Arte y Ciencia de la Persuasión en Democracia. Barcelona, Paidós.
- Martínez, S.L. (2006): Internet y lucha política: los movimientos sociales en la red. Buenos Aires: Capital intelectual.
- Mazzoleni, Gianpietro (2010): La comunicación política. Madrid: Alianza.
- McGuinness, J. (1969): The selling of the president, Trident Press.
- Nimmo, D. y Robert Savage (1986): Candidates and Their Images. Pacific Palisades,
- Ochoa, O. (2000): Comunicación política y opinión pública. Madrid, Mc GrawHill.
- Ramírez, B. (2002): Fundamentos de marketing político. Madrid, Fundación de Estudios Sociopolíticos, Jurídicos y Económicos. Rapport Eurostat.
- Rospir, Juan Ignacio (2010) Opinión Pública. La tradición americana (1908-1965). Madrid, Biblioteca Nueva.
- Valbuena de la Fuente, F. (2010) «El Humor en la Comunicación Política». Cuadernos de Información y Comunicación. Volumen 15, Páginas 123- 164.

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE