



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



MÁSTER EN ESTUDIOS AVANZADOS EN COMUNICACIÓN POLÍTICA

Sección Departamental de SOCIOLOGÍA APLICADA

CURSO 2022-23

Programa de

**Problemas sociales y comunicación
política** (Cod. 604465)

MÓDULO: Actores de la Comunicación Política

ASIGNATURA: Optativa

CRÉDITOS: 6

PROFESOR: Aina D. López Yáñez (adlopez@ccinf.ucm.es)

Introducción

El desarrollo de la política contemporánea en los países occidentales ha gravitado en gran medida en torno a los problemas sociales (issues) definidos por las agendas política, mediática y ciudadana, si bien en grados distintos. De lo que se trata en esta asignatura es de profundizar en el conocimiento sociológico de algunos de los principales problemas sociales actuales, al tiempo que se procede a investigar el modo cómo estos son construidos por distintos actores políticos y medios de comunicación y se trata de alcanzar una comprensión de los factores ideológicos, político-estratégicos y mediáticos que condicionan dicha construcción.

Objetivos

- Conocimiento avanzado de los problemas sociales contemporáneos más importantes y de sus causas en relación con las tendencias de cambio social.
- Estudio de la percepción y actitudes de la ciudadanía ante los principales problemas sociales.
- Análisis de las situaciones, vías y condicionantes por las que los distintos actores sociales problematizan los fenómenos sociales

Competencias

Generales

- CG1. Capacidad de aplicar los conocimientos y resolver problemas en entornos nuevos o poco conocidos dentro de contextos más amplios (con equipos homogéneos o multidisciplinares) relacionados con su área de estudio.
- CG2. Capacidad de integrar conocimientos y enfrentarse a la complejidad de formular juicios a partir de una información que, siendo incompleta o limitada, incluya reflexiones sobre las responsabilidades sociales y éticas vinculadas a la aplicación de sus conocimientos y juicios
- CG3. Capacidad de elaborar y comunicar sus conclusiones (junto con los conocimientos y razones que los sustentan) a públicos especializados y no especializados de un modo claro y sin ambigüedades.
- CG4. Capacidad de auto-aprendizaje y de búsqueda autónoma de la información, que permita abordar el estudio de vías novedosas o áreas de aplicaciones nuevas, así como avanzar hacia la consecución de una tesis doctoral en los casos que se busque ese objetivo.

Transversales

- CT1. Integrar saberes adquiridos, afrontar su complejidad y demostrar capacidad para formular juicios sobre las responsabilidades sociales y éticas del ejercicio profesional y con los debates sociales que genera.
- CT2. Aptitud para desarrollar vías de trabajo que permitan la interacción investigación-práctica, generando proyecto integrados en programas de investigación que favorezcan la multidisciplinariedad y se articulen sobre la realidad social de la Comunicación Política.
- CT3. Demostrar capacidad para la observación e identificación de fenómenos y problemas, para expresar ideas y plantear hipótesis, para crear un corpus teórico propio basado en el análisis crítico y síntesis de otros estudios y marcos teóricos, para desarrollar metodologías adecuadas para la investigación y para alcanzar conclusiones pertinentes, justificadas y precisas que contribuyan a enriquecer el campo de estudio abordado y al incremento del saber en los ámbitos de la Comunicación Política.

CT4. Aptitud para la ideación y desarrollo de proyectos de investigación adaptados al ámbito y contexto de la Comunicación Política así como observaciones fenomenológicas de la interacción medios-política y ciudadanía.

Específicas

- CE1. Desarrollar las diversas capacidades para el análisis de la comunicación política, así como las propias para integrar en un corpus teórico las diversas perspectivas teórico-metodológicas sobre este fenómeno.
- CE2. Desarrollar las capacidades teórico-metodológicas para interpretar los problemas sociales más importantes y característicos de nuestras sociedades en relación con el nuevo espacio mediático y los procesos de comunicación en él producidos.
- CE3. Desarrollar saberes y habilidades adecuados para describir y explicar los efectos políticos de los medios de comunicación de masas en la sociedad civil.
- CE4. Formación para el diseño de proyectos y uso de las técnicas cuantitativas y cualitativas más significativas en el proceso de la comunicación política.
- CE5. Perfilar líneas de investigación que integren distintas perspectivas metodológicas y que combinen diversas estrategias de análisis.
- CE6. Capacidad para aplicar los principales procedimientos de análisis y prospectiva, tanto en la comunicación política general como en el diseño y gestión de campañas.

TEMARIO

PRIMERA PARTE.

- Tema 1. Introducción a la comunicación política.
- Tema 2. Tendencias de cambio de la sociedad contemporánea.
- Tema 3. Los problemas sociales en la comunicación política: grandes modelos de interpretación.
- Tema 4. Las ideologías políticas y los problemas sociales.

SEGUNDA PARTE. PROBLEMAS SOCIALES

Se abordará el estudio de los problemas sociales y su construcción político-mediática en, al menos, 2 de los siguientes temas, según la disponibilidad del calendario.

En la determinación de los temas a abordar se podrá considerar el criterio del alumnado y la evolución de la agenda política.

- Tema 5. Los problemas de la esfera económica I: el modelo económico, el estado del bienestar, el mercado de trabajo, la protección social, los servicios sociales, el sistema fiscal, la desigualdad.
- Tema 6. Los problemas de la esfera identitaria: los nacionalismos, inmigración, racismo y xenofobia. El populismo.
- Tema 7. Los problemas de la esfera política: la corrupción política, los pactos, la polarización política y los *media*, las mentiras políticas.
- Tema 8. Los problemas ambientales y urbanos: vivienda, sostenibilidad urbana, espacios públicos, la España vaciada, gentrificación, turistificación.
- Tema 9. Los conflictos de valores: de la religión al laicismo, género y transgénero, eutanasia, la cuestión animal.
- Tema 10. Los problemas demográficos: tendencias demográficas, la natalidad y las mujeres, el envejecimiento de la población, las pensiones, la soledad.

EVALUACIÓN

Requisito de asistencia a clase para el aprobado. Para aprobar la asignatura es imprescindible asistir al menos al 50% de las clases. Si la asistencia es inferior al 50% de las sesiones la calificación final es de NO PRESENTADO.

MÉTODOS DE EVALUACIÓN/METODOLOGÍA DOCENTE

- **A. Asistencia y participación en clase (evaluación continua).** Constituye un 10% de la nota. Para lograr sumar el máximo en esta categoría se atenderá a los siguientes criterios de evaluación: asistencia superior al 70% de las sesiones, exposición de un artículo científico en el aula, y participación activa en las sesiones de la asignatura.

- **B. Realización de trabajos de curso.**

Supone el 60% de la calificación final. Evalúa el aprendizaje teórico y aplicativo adquirido progresivamente.

Consiste en la elaboración semana a semana de distintos tipos de trabajos, siendo los más importantes los siguientes:

- Trabajos de textos de relevancia en la materia y análisis crítico de sus contenidos.
(ATENCIÓN, ALGUNOS TEXTOS PODRÍAN ESTAR EN INGLÉS).
- Búsqueda de noticias/comunicaciones digitales y/o audiovisuales relacionadas con la asignatura, así como análisis subsiguiente.

Estos trabajos podrán ser evaluados en los siguientes formatos:

- Elaboración de alguno de estos ejercicios: mapas conceptuales, glosarios, análisis, comentarios críticos de las lecturas o aplicaciones críticas (a corregir por la profesora)
- Exposición en clase de la interpretación y el aprovechamiento de los textos del curso.
- En algunos casos se optará por un breve control escrito a realizar en clase sobre las tesis o las nociones de un texto.

C. Realización de un examen sobre los contenidos de la materia. Supone el 30% de la calificación final. Evalúa el aprendizaje teórico del conjunto de la materia impartida en clase.

CONSIDERACIONES METODOLÓGICAS SOBRE LOS ANÁLISIS CRÍTICOS.

Se publicarán en campus virtual.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- ✚ ALEXANDER, J.C., “The societalization of Social Problems: Church, Pedophilia, Phone Hacking, and the Financial Crisis”, en *American Sociological Review*, 2018, vol. 83 (6), págs. 1049-1078.
- ✚ BOURDIEU, P., “La opinión pública no existe” en *Cuestiones de Sociología*, Istmo, España, 2000, págs. 220-232.
- ✚ BOUZA, F., “Las agendas de la ciudadanía durante la crisis económica”, en *Mediterráneo Económico*, 18, págs. 233-247.
- ✚ GAUTHIER, G. *et al.*, *Comunicación y Política*, Gedisa, Barcelona, 1998.
- ✚ HABGOOD-COOTE, J. y ASHTON, A.N., “Receptive Publics”, en *Ergo. An Open Access Journal of Philosophy*, 2023.
- ✚ HILGARTNER, S. y BOSK, Ch., “The Rise and Fall of Social Problems: A Public Arenas Model” en *American Journal of Sociology*, Jul., 1988, vol. 94, n1, págs. 53-78.
- ✚ LOPEZ, A., “La evolución de la Opinión Pública y el fenómeno WikeLeaks”, en En DÍAZ, S. y LOZANO, J. (eds.), *Vigilados. WikiLeaks o las nuevas fronteras de la información*, MAZZOLENI, G., *La Comunicación Política*, Alianza editorial, Madrid, 2010.
- ✚ LUHMANN, N., *La realidad de los medios de masas*, Universidad Iberoamericana - Anthropos, Barcelona, 2000.
- ✚ ORTEGA, F., *La política mediatizada*, Alianza, Madrid, 2011.
- ✚ THOMPSON, J.B., *Ideología y cultura moderna*, Universidad Autónoma Metropolitana, México, 1998.