



UNIVERSIDAD COMPLUTENSE MADRID
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN



MÁSTER EN ESTUDIOS AVANZADOS EN COMUNICACIÓN POLÍTICA

Sección Departamental de SOCIOLOGÍA APLICADA

CURSO 2023-24

Programa de

Taller de investigación e intervención en
comunicación política y campañas
electorales (Cod. 604476)

ASIGNATURA: Obligatoria

CRÉDITOS ECTS: 6

PROFESORES: Luis García Tojar (lgarciat@ccinf.ucm.es)
María Goenaga Ruiz de Zuazu (mgoenaga@ucm.es)

La Comunicación política es al mismo tiempo un campo de investigación y un campo de trabajo, es decir una profesión. Lejos de ser contradictorio, este doble carácter puede enriquecer tanto la actividad científica como el día a día en las redacciones, los gabinetes de comunicación y los equipos de planificación electoral siempre que exista comunicación bidireccional entre ambos sectores, o lo que es lo mismo que los investigadores y docentes recojan el saber experiencial de los y las profesionales, y éstos y éstas los conocimientos académicos surgidos de las universidades.

Precisamente esta comunicación bidireccional es el objetivo central de la asignatura Taller de Comunicación política y Campañas electorales (TCP), tal como se plantea aquí: impulsar el diálogo práctico entre saberes académicos y saberes profesionales. Por ello, la materia será impartida alrededor de la interacción entre el alumnado, docentes universitarios y especialistas del campo que serán invitados para enriquecer los contenidos de la asignatura, siempre y cuando su disponibilidad personal y el presupuesto del Máster lo permitan.

Contenidos

La asignatura TCP abarca potencialmente todos los saberes que participan del trabajo profesional en Comunicación política y especialmente en la planificación, gestión y evaluación de campañas electorales. Como se trata de un territorio muy amplio para un cuatrimestre, es preciso acotarlo y agruparlo en módulos temáticos centrales. Dichas unidades se seleccionan partiendo del esquema de la Comunicación política como interacción estratégica entre ciudadanía, medios de comunicación y organizaciones políticas (Mazzoleni, 2014). En este sentido, podemos decir que la Comunicación política transforma las noticias en historias y la ciudadanía en *targets*: éstos son los dos módulos principales de la asignatura y tendrán un carácter teórico-práctico. En la parte práctica el alumnado será dividido en equipos, cada uno dedicado a la elaboración del plan de campaña de uno de los partidos con representación parlamentaria en los comicios objeto de experimentación.

Temario

Introducción: El plan de campaña, o la Comunicación política como estrategia

- Módulo 1. Públicos o *targets*
Contenido teórico: detección de perfiles de públicos.
Práctica: estrategias metodológicas para la targetization de públicos para una campaña electoral y actividades prácticas para su puesta en práctica.
- Módulo 2. Discursos o *stories*
Contenido teórico: la palabra política como narración
Práctica: elaboración de tres discursos políticos para una campaña electoral. Análisis, discusión y reelaboración de los mismos para el plan de campaña de cada partido. En función del caso de trabajo se podrán añadir otras actividades paralelas, siempre orientadas a la construcción del relato de campaña.

Organización de las clases y evaluación

Los contenidos de la asignatura TCP serán desarrollados eminentemente en forma de clases magistrales a cargo del profesorado encargado de la asignatura, prácticas en el aula y fuera de la misma, así como otras actividades como seminarios de trabajo en grupo así como la intervención de especialistas invitados. Todas estas actividades irán orientadas a la confección de un plan de campaña para un partido político, que los equipos de trabajo deberán exponer oralmente en el aula en las fechas seleccionadas para ello.

Tratándose de una asignatura de carácter práctico, es obligatoria la asistencia regular a clase. Si, de forma excepcional (y debidamente justificada durante la primera semana de la asignatura), algún/a estudiante no pudiera asegurar una asistencia regular que asegure el aprovechamiento de las clases, el profesorado de la asignatura podrá convenir con él/ella un tipo de evaluación para una vía excepcional no presencial.

La evaluación de la asignatura se basará en la calidad del plan de campaña que cada equipo defienda en su presentación oral, tras la que el profesorado de la asignatura podrá plantear dudas o sugerencias a cada uno de los trabajos. Dado que solo se nos permite otorgar una “matrícula de honor” por cada 20 estudiantes, al ser notas colectivas, en esta asignatura tristemente ningún/a estudiante podrá obtener esa máxima calificación.

Competencias Generales

- CG1. Capacidad para 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 para 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.

Competencias 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 proyectos 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.

Competencias 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. 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.

CE5. Formación para el diseño de proyectos y uso de las técnicas cuantitativas y cualitativas más significativas en el proceso de la comunicación política.

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.

Otras Competencias Específicas

OCE1. Elaboración de un plan general de campaña electoral.

OCE2. Análisis, evaluación y toma de decisiones en contextos de Comunicación política.

OCE3. Aplicación práctica de los conocimientos aprendidos en las demás asignaturas del programa EACP.

OCE4. Presentación de temáticas o puntos de vista innovadores que se discuten actualmente en los campos académico y profesional de la Comunicación política.

Bibliografía recomendada

- ✚ Alexander, J. 2010. *The Performance of Politics*. NY: Oxford University Press.
- ✚ Castromil, A.; García Tojar, L. y Humanes, M. L. (Eds.) 2020: *La Comunicación Política en la era de la mediatización*. Salamanca: Comunicación Social.
- ✚ Equipo Piedras de papel 2015. *Aragón es nuestro Ohio. Así votan los votantes*. Barcelona: El hombre del tr3s.
- ✚ Hersh, E. 2015. *Hacking the Electorate: How Campaigns Perceive Voters*. NY: Cambridge University Press.
- ✚ Iyengar, S. 2015. *Media Politics: A Citizen's Guide*. NY: W. W. Norton.
- ✚ Lance Bennett, W. and Entman, R. 2001. *Mediated Politics: Communication in the Future of Democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- ✚ Kahnemann, D. 2016. *Pensar rápido, pensar despacio*. Barcelona: Debolsillo.
- ✚ Klima, A., Schlesinger, T., Thurner, P.W. y Küchenhoff, H. 2019. "Combining Aggregate Data and Exit Polls for the Estimation of Voter Transitions". *Sociological Methods & Research*, Vol.48 (2): 296-325.
- ✚ Lau, R. R y Redlawsk, D. P. 2006. *How Voters Decide. Information Processing during Election Campaigns*. Cambridge: Cambridge University Press.
- ✚ Maravall, J. M. 2008. *La confrontación política*. Madrid: Taurus.
- ✚ Miller, L. 2023. *Polarizados. La política que nos divide*. Barcelona: Deusto.
- ✚ Monzón, C. 2009. *Opinión pública, comunicación y política*. Madrid: Tecnos.
- ✚ Polsby, N; Wildavsky, A.; Schier, S. y Hopkins, D. 2016: *Presidential Elections: Strategies and Structures of American Politics (14th Edition)*. Lanham, ML: Rowman & Littlefield, Popkin, S. 1994: *The Reasoning Voter: Communication and Persuasion in Presidential Campaigns*. Chicago: University of Chicago Press.
- ✚ Torcal, M. (Ed.) 2018: *Opinión pública y cambio electoral en España. Claves ante el reto europeo y la crisis política y económica*. Madrid: CIS.