

Plan 420 GRADO EN PERIODISMO

Asignatura 41353 COMUNICACIÓN POLÍTICA

Grupo 1

Tipo de asignatura (básica, obligatoria u optativa)

Obligatoria

Créditos ECTS

6 cr.

Competencias que contribuye a desarrollar

Competencias Generales:

G.1. Capacidad de análisis y síntesis

El logro de esta competencia implica ser capaz de definir, distinguir y relacionar tanto los conceptos básicos como las premisas sobre las que se construye la exposición de cualquier argumento, así como de enunciar y fundamentar su contenido de forma sintética y crítica, en el contexto –científico, político, mediático, organizacional o del tipo que sea- en el que se presentan.

G.2. Planificación y organización

La adquisición de esta competencia significa ser capaz de determinar los objetivos, fines o prioridades del trabajo a desempeñar, organizando los plazos y los recursos necesarios y controlando los procesos establecidos.

G.3. Comunicación oral y escrita en la lengua propia de su país

El logro de esta competencia implica comprender y expresarse de forma correcta en la lengua castellana, tanto por escrito como oralmente.

G. 5. Utilización de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación tanto en el ámbito del estudio, como en el contexto profesional

La adquisición de esta competencia supone la capacidad para utilizar las TIC como herramienta de comunicación, acceso a las fuentes de información, archivo de datos y documentos, así como para la presentación, aprendizaje, investigación y trabajo cooperativo.

G. 6. Gestión y búsqueda de la información

El logro de esta competencia implica ser capaz de buscar, seleccionar, ordenar y relacionar informaciones provenientes de distintas fuentes.

G.7. Resolución de problemas y toma de decisiones

El logro de esta competencia implica ser capaz de, a partir de los conocimientos adquiridos, resolver problemas –o emitir un juicio sobre los mismos- sean éstos de índole teórica, práctica, o técnica; así como hacerlo de forma razonada, prudente, con empatía y eficacia.

Competencias Específicas:

E.1. Conocer los fundamentos de la Comunicación Política

Identificar y comprender los elementos que están en la génesis y configuración de la Comunicación Política como ciencia interdisciplinar.

E.2. Conocer los métodos y perspectivas de las diferentes ramas de investigación sobre la Comunicación Política

Ser capaz de identificar y comprender las corrientes investigadoras que analizan y estudian la Comunicación Política, su desarrollo y las consecuencias que tiene en las actuales democracias mediáticas.

E.3. Conocer cómo funcionan los distintos agentes que participan en el proceso de Comunicación Política

Conocer cómo comunican sus mensajes los partidos políticos, sus líderes y los medios de comunicación acerca de lo que ocurre en la vida política de un país.

E.4. Localizar y gestionar fuentes, documentación y contenidos vinculados a la Comunicación Política

Ser capaz de buscar, identificar y trabajar con material especializado vinculado a la disciplina Comunicación Política.

E.6. Organizar el conocimiento recibido e interrelacionarlos con otras ciencias

Utilizar la información recibida para tener un conocimiento jerarquizado y estructurado acerca de cómo se desarrolla la Comunicación Política actual en las democracias mediáticas e interrelacionar dicho conocimiento con el adquirido en otras disciplinas, para entender e interpretar de la manera más completa posible el desarrollo de la actividad política.

E.7. Reflexionar, analizar y discutir acerca de diferentes temáticas en el ámbito de la Comunicación Política

Ser capaz de reflexionar y discutir en grupo acerca de temas relevantes en la Comunicación Política y su evolución dado el desarrollo tecnológico continuo que estamos viviendo.

Objetivos/Resultados de aprendizaje

Los objetivos de la asignatura son:

- 1.- La adquisición de conocimientos en el área de la Comunicación Política y de las principales líneas de investigación en esta materia.
- 2.- La comprensión de los recursos que se utilizan, en el campo de la Comunicación Política, desde el ámbito institucional: gobierno, partidos políticos, líderes, etc., así como el reflejo y desarrollo que tienen estas estrategias en los medios de comunicación.
- 3.- Fomentar el interés por la política y los procesos electorales.
- 4.- Familiarizar al alumno con los estudios dirigidos a analizar la influencia de los medios de comunicación en la decisión de voto.
- 5.- Dar a conocer un sector novedoso de trabajo como es el de las consultoras en Comunicación Política y el de los gabinetes de comunicación que trabajan con instituciones políticas.

Contenidos

1. Introducción a la Comunicación Política
 - 1.1. Los antecedentes de la Comunicación Política
 - 1.2. La Comunicación Política actual: enfoques y modalidades
 - 1.3. Los estudios sociológicos sobre la comunicación electoral
2. La Comunicación Política en la Democracia Mediática
 - 2.1. Consecuencias generales de la Comunicación Política
 - 2.2. La personalización política
 - 2.3. El nuevo lenguaje político
 - 2.4. La "teledemocracia"
3. La comunicación en las campañas electorales
 - 3.1. Análisis del entorno político y social: el comportamiento en la decisión del voto
 - 3.2. Los géneros mediáticos en campaña electoral a través del caso español (1975-2016):
 - .- La información política en campaña electoral:
 - .- La noticia electoral
 - .- La entrevista política
 - .- La publicidad electoral
 - .- Los debates electorales
 - .- El "infoentretenimiento" político
 - 3.3. La Comunicación Política en la Red: estrategias y usos

Principios Metodológicos/Métodos Docentes

El programa de la asignatura Comunicación Política incluye sesiones magistrales, sesiones teórico-prácticas, sesiones dedicadas al análisis de casos y sesiones destinadas a la presentación de trabajos o ejercicios propuestos a los alumnos.

En las sesiones magistrales se aprovechará para transmitir los antecedentes, el contexto, y el diseño de cada una de las partes del programa. Mientras que en las sesiones teórico-prácticas se irá desarrollando el contenido del programa contando con la participación de los alumnos.

Además, se realizarán análisis de caso y en algunas clases los alumnos tendrán que proceder al examen y discusión de textos y material audiovisual, relacionados con los contenidos de la disciplina, que serán presentados en el aula.

Criterios y sistemas de evaluación

Ver Guía Docente

Recursos de aprendizaje y apoyo tutorial

Recursos de aprendizaje y apoyo a través del Campus Virtual.

Calendario y horario

Ver calendario y horario en www.fyl.uva.es

Tabla de Dedicación del Estudiante a la Asignatura/Plan de Trabajo

Ver Guía Docente.

Responsable de la docencia (recomendable que se incluya información de contacto y breve CV en el que aparezcan sus líneas de investigación y alguna publicación relevante)

Salomé Berrocal

E-mail: salomeb@hmca.uva.es

Salomé Berrocal es profesora titular de Periodismo en la Universidad de Valladolid y especialista en el campo de la Comunicación Política. Coordina el Máster Universitario de Investigación en la Comunicación como Agente Histórico-Social y es la coordinadora del Grupo de Investigación Reconocido en Nuevas Tendencias en Comunicación, NUTECO. Ha participado y dirigido numerosos proyectos de investigación competitivos; en la actualidad, es investigadora principal en un proyecto dedicado al análisis del infoentretenimiento político en televisión e internet (CSO2012-34698). Destacan su estancias de investigación en University of California San Diego, The George Washington University, Università degli Studi di Milano o University of Toronto. Sus líneas de investigación se centran en la comunicación política, el politainment y la conformación de la opinión pública.

Es autora de numerosas obras relacionadas con la Comunicación Política o el Análisis de los Efectos que producen los Medios de Comunicación en la Opinión Pública. Ha escrito Análisis básico de la prensa diaria. Manual para aprender a leer periódicos (1998) en colaboración con el periodista Carlos Rodríguez-Maribona, ha publicado también Comunicación política y televisión. Definición de un marco teórico en la investigación electoral en televisión. Las elecciones legislativas de 1993 (2001) y coordinado obras como Comunicación política en televisión y nuevos medios (2003) o Pasado, presente y futuro de la libertad de expresión (2004). Entre sus artículos más recientes destacan:

BERROCAL, S., CAMPOS-DOMÍNGUEZ, E. y REDONDO, M. (2012). Comunicación política en Internet: La tendencia al infoentretenimiento político en YouTube. Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 18, pp. 643-659.

BERROCAL, S., CAMPOS-DOMÍNGUEZ, E. y REDONDO, M. (2012). El infoentretenimiento en Internet. La presencia de cinco líderes europeos en YouTube. RIPS. Revista de Investigaciones Políticas y Sociológicas, 11, pp. 107-132.

BERROCAL, S., REDONDO, M. y CAMPOS-DOMÍNGUEZ, E. (2012). Una aproximación al estudio del infoentretenimiento en Internet: origen, desarrollo y perspectivas futuras. AdComunica. Revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación, 4, pp. 63-80.

CEBRIÁN, E. y BERROCAL, S. (2013). La irrupción del infoentretenimiento en la Comunicación Política española. Una propuesta para la sistematización de sus formatos televisivos. En SANDERS, K. et al. (Coords.). Estudios de Comunicación Política. Madrid: Tecnos, pp. 260-275.

BERROCAL, S., CAMPOS-DOMÍNGUEZ, E. y REDONDO, M. (2014). Prosumidores mediáticos en la comunicación política: El politainment en YouTube. Comunicar. Revista Científica de Educomunicación, 43, pp. 65-72.

BERROCAL, S. y QUEVEDO, R. (2014). La representación de los políticos en revistas femeninas de alta gama: Un estudio de caso. Communication Papers. Media Literacy & Gender Studies, 5, pp. 61-73.

BERROCAL, S., REDONDO, M., MARTÍN JIMÉNEZ, V. y CAMPOS-DOMÍNGUEZ, E. (2014). La presencia del infoentretenimiento en los canales generalistas de la TDT española. Revista Latina de Comunicación Social, 69, pp. 85 -103.

BERROCAL, S., REDONDO, M. y TORRES, L.M. (2015). La crisis como espectáculo: el infoentretenimiento en las noticias sobre el rescate bancario en la prensa española de referencia. Comunicación y Sociedad, 28, pp. 1 -16.

QUEVEDO REDONDO, R.; PORTALÉS-OLIVA, M. y BERROCAL GONZALO, S. (2016). El uso de la imagen en Twitter durante la campaña electoral municipal de 2015 en España. *Revista Latina de Comunicación Social*, 71, pp. 85 a 107.

Ha sido subdirectora de la revista DOXA.Comunicación y, en la actualidad, sigue formando parte del Comité Científico de la revista. También, colabora como referee en numerosas revistas nacionales e internacionales.

Como periodista ha trabajado en las cadenas de radio: Antena 3 y la COPE, en la cadena de televisión: La Primera de TVE, en la que fue Jefe de Informativos para los programas regionales, y en gabinetes de comunicación como el de la Universidad Complutense de Madrid.

Idioma en que se imparte

Español
