



Proyecto docente de la asignatura

Asignatura	COMUNICACIÓN POLÍTICA		
Materia	La Comunicación en el Espacio Público		
Módulo	Teoría y Análisis de la Comunicación		
Titulación	Periodismo		
Plan		Código	
Periodo de impartición	Primer Cuatrimestre	Tipo/Carácter	Obligatoria
Nivel/Ciclo	Grado	Curso	4º
Créditos ECTS	6 cr. ECTS		
Lengua en que se imparte	Español		
Profesor/es responsable/s	Salomé Berrocal Gonzalo Patricia Zamora Martínez		
Datos de contacto (E-mail, teléfono...)	salomeb@hmca.uva.es patricia.zamora@alumnos.uva.es		



1. Situación / Sentido de la Asignatura

1.1 Contextualización

La asignatura Comunicación Política es una disciplina que nace con el objeto de explicar cómo los medios de comunicación nos transmiten a diario la información política y qué efectos o consecuencias tiene este proceso comunicativo sobre los partidos políticos, sus candidatos, los electores y, en definitiva, sobre la propia cultura política de un país.

La asignatura presenta cuatro áreas de aprendizaje:

- a) el objeto de estudio de Comunicación Política como ciencia interdisciplinar y las investigaciones que se han llevado a cabo en el campo,
- b) las consecuencias que la Comunicación Política tiene en los partidos políticos, sus candidatos y los electores,
- c) el desarrollo de la campaña electoral en las nuevas condiciones mediáticas y las posibles influencias en la decisión de voto y en la cultura política de un país y
- d) la comunicación que desarrollan las organizaciones políticas, cuáles son sus estrategias y cómo se han adaptado a las nuevas herramientas comunicativas que proporciona Internet.

1.2 Relación con otras materias

La Comunicación Política es una ciencia interdisciplinar que se nutre de la Ciencia Política, la Sociología y las investigaciones en el campo de la Comunicación.

1.3 Prerrequisitos

El alumno debe tener conocimientos básicos relacionados con el funcionamiento de los medios de comunicación, el análisis de los mensajes informativos y de las teorías que se ocupan de estudiar la influencia que tienen los medios de comunicación en la sociedad.

2. Competencias

2.1 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 .

2.2 Específicas

E.1. Conocer los fundamentos sociales, históricos, jurídicos, políticos y culturales de la Comunicación Social

Identificar y comprender los elementos que están en la génesis y configuración de los acontecimientos de la actualidad social y la habilidad para tenerlos presentes al elaborar la información incluyéndolos en las informaciones periodísticas con el fin de que los receptores puedan contextualizar el relato informativo.

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

Ser capaz de identificar y comprender las corrientes teóricas que interpretan la comunicación social y sus efectos en la sociedad.

E.3. Conocer el sistema mediático nacional e internacional

Conocer las empresas e instituciones a través de los que se lleva a cabo la práctica periodística, comprender sus estructuras, mecanismos de trabajo y políticas reguladoras, así las consecuencias de los diferentes modelos en las sociedades receptoras.

E.4. Ser capaz de idear, planificar y ejecutar proyectos y tareas informativas

Habilidad para buscar, seleccionar, analizar, jerarquizar y dar forma a mensajes con la finalidad de ser difundidos a través de los diversos medios de comunicación, y capacidad para liderar y desarrollar un proyecto informativo.

E.6. Ser capaz de localizar y gestionar informativamente fuentes, documentación y contenidos especializados



Ser capaz de buscar, encontrar y trabajar con material especializado relacionado con la actualidad y ser capaz de convertirlo en información con un significado útil y adecuado al perfil de los receptores.

E.7. Ser capaz de expresarse correctamente en la lengua propia y en una lengua extranjera, en particular el inglés

Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa en la lengua propia de manera oral y escrita, sabiendo aprovechar los recursos lingüísticos y literarios que sean más adecuados a los distintos medios de comunicación. Así, como dominio de una lengua extranjera que permita comprender y analizar los hechos y temas que, habitualmente, abordan los medios de comunicación internacionales.

E.8. Tomar conciencia de la trascendencia del Periodismo como herramienta central del conocimiento y juicio sobre la realidad de las sociedades actuales, así como de la responsabilidad que ello implica

Ser capaz de comprender que la labor del periodista –en los distintos ámbitos de la realidad en los que se despliega- tiene una particular trascendencia en la percepción de la realidad, la configuración de la ideología y la toma de decisiones de las personas, lo que comporta una importante responsabilidad al adoptar decisiones profesionales.

E.9. Asumir como valor esencial en el ejercicio del periodismo la función social de la información según la formulan los principios generales del Derecho y la Declaración Universal de los Derechos Humanos

Ser capaz de ejercer el Periodismo de acuerdo con una cultura de paz, valores democráticos y respeto a la persona coherentes con los principios generales, derechos y deberes fundamentales consagrados en la Constitución española y en la Declaración Universal de los Derechos Humanos.

3. Objetivos

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.

4. Contenidos

Bloque 1: Introducción a la Comunicación Política

Carga de trabajo en créditos ECTS:

a. Contextualización y justificación



Este bloque introduce al alumno en la asignatura Comunicación Política, al tratar de ofrecer una definición conceptual sobre la disciplina así como darle a conocer las investigaciones que se han desarrollado en el campo.

b. Objetivos de aprendizaje

Este primer bloque pretende que el alumno adquiera conocimientos teóricos en el área de la Comunicación Política y de sus principales líneas de investigación.

c. 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

Bloque 2: La Comunicación Política en la Democracia Mediática

Carga de trabajo en créditos ECTS:

a. Contextualización y justificación

El segundo bloque está destinado a conocer las consecuencias que la nueva Comunicación Política tiene en el sistema político: partidos, líderes y electores. Entre los efectos cabe mencionar: la personalización política, la simplificación del lenguaje político y la conversión del propio sistema político en un sistema dependiente de los medios de comunicación, en particular de la televisión y de las nuevas tecnologías.

b. Objetivos de aprendizaje

En este apartado los alumnos conocerán cómo la presencia continua de la vida política en los medios de comunicación tiene una serie de consecuencias en cómo comunican sus mensajes los partidos políticos y sus líderes a la ciudadanía.

c. Contenidos

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"

Bloque 3: La Comunicación en las campañas electorales

Carga de trabajo en créditos ECTS:

a. Contextualización y justificación



El tercer bloque pretende mostrar al alumno cómo se plantean en la actualidad las campañas electorales. Esto significa que se agudizan las estrategias comunicativas, que a diario ya se exponen en los medios de comunicación, con el afán de captar votos. En el tema se examinan los distintos espacios mediáticos en los que los políticos exponen sus mensajes y se presenta el estudio de caso de nuestro país y la evolución de las campañas electorales que se han venido sucediendo desde el comienzo de la democracia.

b. Objetivos de aprendizaje

El objetivo principal de este bloque es que el alumno conozca cuál ha sido la evolución electoral en nuestro país a través de la exposición de las distintas campañas electorales que se han venido desarrollando desde el inicio de la transición. Este objetivo conlleva el análisis de los distintos formatos que utilizan los partidos políticos para comunicar sus mensajes en una campaña electoral y conocer asimismo cuáles son los posibles efectos o consecuencias de estos espacios mediáticos en la ciudadanía y en su decisión de voto. Además, este apartado temático incluye dar a conocer al alumno cómo se está utilizando la Red, tanto por parte de los partidos, líderes o instituciones políticas como por parte de los internautas más activos, tratando así de lograr sus propios objetivos, que pueden ser desde el rédito electoral para un partido político hasta la consecución de una propuesta.

c. Contenidos

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

5. Métodos docentes y principios metodológicos

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.

6. Tabla de dedicación del estudiante a la asignatura



ACTIVIDADES PRESENCIALES	HORA S	ACTIVIDADES NO PRESENCIALES	HORA S
Clases teórico-prácticas (T/M)	40	Estudio y trabajo autónomo individual	60
Clases prácticas de aula (A)	20	Estudio y trabajo autónomo grupal	30
Laboratorios (L)			
Prácticas externas, clínicas o de campo			
Seminarios (S)			
Tutorías grupales (TG)			
Evaluación			
Total presencial	60	Total no presencial	90

7. Sistema y características de la evaluación

INSTRUMENTO/PROCEDIMIENTO	PESO EN LA NOTA FINAL	OBSERVACIONES
Examen	50%	
Trabajo en grupo	30%	
Práctica individual	10%	
Participación en actividades, debates y foros realizados en el aula y en el Campus Virtual, que contarán un 10% de la nota fina	10%	

CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

Consideraciones:

- Para realizar la media de la nota en primera y segunda convocatoria de la asignatura se necesitará, al menos, una puntuación de 1,5 puntos en el examen teórico sobre los 5 puntos sobre los que se valora el examen.
- Las faltas de ortografía serán motivo de suspenso en la asignatura.
- El plagio de cualquier práctica o trabajo realizado en la asignatura supondrá el suspenso en la misma en la primera y segunda convocatoria.
- Los alumnos repetidores (a partir de la tercera convocatoria) de la asignatura sólo contarán con la nota del examen, a excepción de aquellos alumnos que mantengan una asistencia continuada en la asignatura, que podrán ser evaluados con los porcentajes (50% examen + 30% trabajo de investigación + 10% reseña bibliográfica + 10% participación aula y Campus Virtual).

8. Consideraciones finales