



1. Identificación

1.1. De la Asignatura

Curso Académico	2012/2013
Titulación	GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL
Nombre de la Asignatura	COMUNICACIÓN POLÍTICA Y OPINIÓN PÚBLICA
Código	3222
Curso	PRIMERO
Carácter	FORMACIÓN BÁSICA
Nº Grupos	1
Créditos ECTS	6
Estimación del volumen de trabajo del alumno	150
Organización Temporal/Temporalidad	Segundo Cuatrimestre
Idiomas en que se imparte	ESPAÑOL
Tipo de Enseñanza	Presencial

1.2. Del profesorado: Equipo Docente

Coordinador de la asignatura LEOCADIA DIAZ ROMERO Grupo: 1	Área/Departamento	CIENCIA POLÍTICA Y DE LA ADMINISTRACIÓN/ INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN
	Categoría	PROFESOR CONTRATADO DOCTOR TIPO A (DEI)
	Correo	leocadia.diaz@um.es
	Electrónico / Página web / Tutoría electrónica	https://webs.um.es/leocadia.diaz Tutoría Electrónica: SÍ



	Teléfono, Horario y Lugar de atención al alumnado	Duración	Día	Horario	Lugar
		Anual	Martes	15:00- 16:00	868888780, Facultad de Comunicación y Documentación B1.0.041
		Anual	Miércoles	12:00- 14:00	868888780, Facultad de Comunicación y Documentación B1.0.041

2. Presentación

Esta asignatura pretende ofrecer a los alumnos una perspectiva integral de la Comunicación Política mediante el dominio de una serie de herramientas conceptuales, teóricas, analíticas y metodológicas. Se persigue ofrecer, a lo largo del curso académico, una aproximación a los temas y cuestiones que actualmente son objeto de estudio y reflexión por parte de la comunidad científica en los ámbitos nacional e internacional desde la Ciencia Política, la Comunicación Política y el análisis de la Opinión Pública. Dado el carácter transversal que los conocimientos en Ciencia Política y Opinión Pública tienen para la comprensión de otras asignaturas del Grado, el dominio conceptual y metodológico de la materia será muy útil a los estudiantes no sólo para poder interpretar adecuadamente los fenómenos políticos del mundo contemporáneo sino para ampliar su capacidad de análisis en el marco de otras áreas y disciplinas profesionales y en el contexto del futuro desarrollo de trabajos de investigación avanzados.

Para lograr estos objetivos la asignatura se estructura en tres bloques temáticos o módulos. La primera parte está dedicada al estudio de las bases del análisis político contemporáneo y comprende una revisión de los sistemas políticos actuales, los tipos de democracia, el funcionamiento de las instituciones políticas de los sistemas democráticos, así como el análisis introductorio al estudio de los partidos políticos y las elecciones. La segunda parte se orienta al conocimiento por parte de los alumnos de algunas herramientas conceptuales y



analíticas para la comprensión de la comunicación política en las modernas democracias avanzadas en varias de sus manifestaciones: la comunicación de campañas, la comunicación institucional o la comunicación de crisis. En la tercera parte de la asignatura se profundiza en el concepto de opinión pública y su relación con la comunicación política y se aproxima al estudiante a la metodología de investigación en este área.

La bibliografía que acompaña al temario está compuesta por las Lecturas que se discutirán en clase en las sesiones de seminario y de seguimiento y control de la asignatura y por una bibliografía de carácter complementario para aquellos estudiantes que deseen ampliar sus conocimientos desde una perspectiva más avanzada. Las lecturas básicas estarán disponibles en el servicio de reprografía de la Facultad y, en la medida de lo posible, también *online*.

3. Condiciones de acceso a la asignatura

3.1 Incompatibilidades

3.2 Recomendaciones

Son útiles las competencias adquiridas en otras Licenciaturas o Grados, especialmente en asignaturas como Ciencia Política, Sistema Político Español, Política Comparada o en las especialidades de Historia Política, Derecho Constitucional o Relaciones Internacionales. Asimismo, sería conveniente una capacidad básica de comprensión en lengua inglesa.

4. Competencias

4.1 Competencias Transversales

- Ser capaz de expresarse correctamente en español en su ámbito disciplinar. [Transversal1]
- Ser capaz de gestionar la información y el conocimiento en su ámbito disciplinar, incluyendo saber utilizar como usuario las herramientas básicas en TIC. [Transversal3]
- Considerar la ética y la integridad intelectual como valores esenciales de la práctica profesional. [Transversal4]
- Ser capaz de proyectar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridos para promover una sociedad basada en los valores de la libertad, la justicia, la igualdad y el pluralismo. [Transversal5]
- Ser capaz de trabajar en equipo y para relacionarse con otras personas del mismo o distinto ámbito profesional. [Transversal6]
- Desarrollar habilidades de iniciación a la investigación. [Transversal7]



4.2 Competencias de la asignatura y su relación con las competencias de la titulación

Competencia 1. Conocimiento de la evolución histórica reciente de la opinión pública y sus interrelaciones con el orden social, jurídico y político vigente.

- CGT1. Capacidad de trabajo en equipo y de comunicación de las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio, así como capacidad para integrarse en un proyecto común destinado a la obtención de resultados.
- CGT6. Conciencia solidaria: respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respecto por los derechos humanos.
- CET44. Capacidad para percibir críticamente el nuevo paisaje visual y auditivo que ofrece el universo comunicativo que nos rodea, considerando los mensajes icónicos como fruto de una sociedad determinada, producto de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica determinada.

Competencia 2. Conocimiento básico de los principales métodos de investigación y análisis de la opinión pública.

- CET40. Capacidad para definir temas de investigación o creación personal innovadora que puedan contribuir al conocimiento o desarrollo de los lenguajes audiovisuales o su interpretación.
- CET43. Habilidad para exponer de forma adecuada los resultados de la investigación de manera oral o por medios audiovisuales o informáticos conforme a los cánones de las disciplinas de la comunicación.

Competencia 3. Capacidad para la identificación, interpretación y análisis de los procesos de creación de opinión.

- CGT2. Creatividad: capacidad para asumir riesgos expresivos y temáticos en el marco de las disponibilidades y plazos de la producción audiovisual, aplicando soluciones y puntos de vista personales en el desarrollo de los proyectos.
- CGT5. Orden y método: habilidad para la organización y temporalización de las tareas, realizándolas de manera ordenada adoptando con lógica las decisiones prioritarias en los diferentes procesos de producción audiovisual.
- CET41. Capacidad para asumir el liderazgo en proyectos que requieran recursos humanos y de cualquier otra naturaleza, gestionándolos eficientemente, asumiendo los principios de la responsabilidad social.

Competencia 4. Conciencia del papel de la comunicación y la información en la sociedad civil.

- CGT7. Toma de decisiones: capacidad para acertar al elegir en situaciones de incertidumbre, asumiendo responsabilidades.
- CET9. Conocimiento de la ética y deontología profesional así como del ordenamiento jurídico de la información, que afecta tanto a la práctica profesional como al quehacer del comunicador.
- CET11. Conocimiento del estado del mundo, así como de su evolución histórica reciente en particular de las sociedades europea, mediterránea, americana y asiática, además de la comprensión de sus parámetros básicos (políticos, económicos y culturales).

5. Contenidos

Bloque 0: CONSIDERACIONES PRELIMINARES. EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CONSTRUCCIÓN DE UNA SOCIEDAD DEMOCRÁTICA

Bloque 1: FUNDAMENTOS DE CIENCIA POLÍTICA

TEMA 1 SISTEMAS POLÍTICOS Y PRINCIPIO DEMOCRÁTICO

El Estado moderno y sus características institucionales. Estados autoritarios y totalitarios. Las democracias contemporáneas. Los procesos de democratización. Nacionalismo e integración supranacional. Hacia un orden global

TEMA 2 INSTITUCIONES POLÍTICAS Y FORMAS DE GOBIERNO

La estructura territorial del Estado: Estado unitario y Estado descentralizado. El sistema federal. Las formas de Gobierno: Parlamentarismo *versus* Presidencialismo. La estructura funcional del Estado: el Gobierno, el Parlamento y el Poder Judicial. Administración y políticas públicas

TEMA 3 LA PARTICIPACIÓN POLÍTICA: ELECCIONES Y PARTIDOS. LOS GRUPOS DE INTERÉS. LOS MOVIMIENTOS SOCIALES



Las funciones de las elecciones. El voto y el comportamiento electoral. Los sistemas electorales: componentes y tipos. Elites. Partidos políticos y sistemas de partidos

Bloque 2: INTRODUCCIÓN A LA COMUNICACIÓN POLÍTICA

TEMA 1 COMUNICACIÓN DE CAMPAÑAS ELECTORALES, COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL, COMUNICACIÓN DE CRISIS

Comunicación de campañas: funciones, planificación y estrategia. Comunicación negativa. Fundamentos de Comunicación institucional. Comunicación de crisis y escándalos políticos

TEMA 2 ORATORIA Y RETÓRICA POLÍTICA: DISCURSOS Y DEBATES TELEVISIVOS

El estudio de la oratoria y la retórica política. *Ghostwriters*. La estructura de los discursos. Técnicas retóricas de repetición y de elocuencia poética. Técnicas de polemología retórica. La televisión y los debates políticos: enfoques democrático, mediático y de marketing político

TEMA 3 COMUNICACIÓN POLÍTICA DIGITAL

Estrategias en comunicación política digital. Portales y *websites* políticos. *Micro-sites*. E-mail marketing. Canales y plataformas audiovisuales: You Tube. Blogs (Blogger y Wordpress). Redes sociales y comunidades virtuales: la política en la era de Facebook y Twitter. Aplicaciones para teléfonos móviles

Bloque 3: EL ANÁLISIS DE LA OPINIÓN PÚBLICA

TEMA 1 COMUNICACIÓN POLÍTICA Y OPINIÓN PÚBLICA: NUEVAS TENDENCIAS

La influencia de la Comunicación Política sobre la Opinión Pública. *Framing* y marcos: modelos conservadores y progresistas (Lakoff y Luntz). *Priming*. Temas posicionales o distributivos y temas transversales. *Storytelling* en la comunicación política

TEMA 2 TEORÍA Y ANÁLISIS DE LA OPINIÓN PÚBLICA

Antecedentes e historia de la opinión pública. Cultura política y opinión pública. Los efectos de la comunicación política sobre la opinión pública: Comunicación, persuasión y propaganda. La teoría de la "fijación de la agenda" (agenda-setting). La teoría de la "espiral del silencio"

TEMA 3 MÉTODOS PARA LA INVESTIGACIÓN DE LA OPINIÓN PÚBLICA

Enfoques cuantitativos y enfoques cualitativos. Objetivos y diseño de encuestas electorales. Encuestas y elecciones. El estudio panel y los barómetros de opinión. El análisis de contenido. Los grupos de discusión. Entrevistas abiertas y en profundidad. El análisis de audiencias

Bloque 4: CONCLUSIONES



PRÁCTICAS

Práctica 1 Los sistemas políticos contemporáneos :Relacionada con los contenidos Bloque 1, Tema 1 (Bloque 1) y Tema 2 (Bloque 1)

A fin de completar la visión teórica de los temas primero y segundo del BLOQUE I del programa -Fundamentos de Ciencia Política-, se propondrá a los estudiantes que creen grupos de cinco o seis personas y escojan un país representativo de los sistemas políticos explicados en clase. Los estudiantes deberán exponer los rasgos característicos de cada uno de los países elegidos -situación política, económica y social- y proponer con carácter críticos las eventuales reformas o ajustes que resultarían en mejoras ostensibles para el país.

Es conveniente que cada grupo se decante por sistemas diferenciados de modo que la actividad resulte de mayor interés. Por ejemplo: Monarquía/República; sistema presidencial/parlamentario; régimen autocrático/ régimen democrático, etc.

Práctica 2 Las elecciones americanas 2012. La campaña electoral :Relacionada con los contenidos Bloque 1, Bloque 2, Tema 3 (Bloque 1) y Tema 1 (Bloque 2)

A través de la presente actividad se pretende familiarizar a los estudiantes con una materia crucial del programa: las elecciones y la campaña electoral. Se han escogido las elecciones americanas de noviembre de 2012 por su actualidad y relevancia. Los estudiantes analizarán la imagen de cada uno de los candidatos demócrata y republicano, respectivamente, los programas electorales, los recursos -eslóganes-, la profesionalización de la campaña, etc., identificando errores y aciertos.

Para la realización se proyectarán videos, se examinarán noticias de periódicos, etc.

Práctica 3 Discursos y Debates televisivos :Relacionada con los contenidos Bloque 2 y Tema 2 (Bloque 2)

Los estudiantes examinarán/visionarán y comentarán discursos y debates televisivos de diferentes líderes políticos prestando especial atención a los contenidos pero también a las figuras expresivas utilizadas, a la imagen y telegenia. Por último, los estudiantes redactarán un discurso/ protagonizarán un debate televisivo.

Práctica 4 Comunicación política digital :Relacionada con los contenidos Bloque 2 y Tema 3 (Bloque 2)

Análisis de portales y websites, de canales y plataformas audiovisuales. Estudios de caso del impacto de las nuevas tecnologías en el escenario político.

Práctica 5 Estudios de caso de las teorías de la "agenda-setting" y de la "espiral de silencio" :Relacionada con los contenidos Bloque 3, Tema 1 (Bloque 3) y Tema 2 (Bloque 3)

Práctica 6 Métodos para la Investigación de la opinión pública: diseño de encuestas; los barómetros de opinión... :Relacionada con los contenidos Bloque 3 y Tema 3 (Bloque 3)

6. Metodología Docente

Actividad Formativa	Metodología	Horas	Trabajo	Volumen
		Presenciales	Autónomo	de trabajo
Lecciones magistrales		42	42	84



Actividad Formativa	Metodología	Horas	Trabajo	Volumen
		Presenciales	Autónomo	de trabajo
Prácticas y sesiones de control de lecturas		12	24	36
Trabajo de campo		2	15	17
Tutorías presenciales		2	1	3
Pruebas de evaluación		2	8	10

7. Horario de la asignatura

<http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/estudios/grados/audiovisual/2012-13#horarios>

8. Sistema de Evaluación

Competencia Evaluada 1, 4	Métodos / Instrumentos	Pruebas de evaluación de contenidos teóricos de la asignatura. Carácter escrito
	Criterios de Valoración	Dominio de la materia: Precisión conceptual. Rigor de contenidos. Coherencia argumental. Capacidad analítica. Estructuración de ideas. Redacción y estilo
	Ponderación	7
Competencia Evaluada 2, 3	Métodos / Instrumentos	Pruebas de evaluación de contenidos prácticos de la asignatura
	Criterios de Valoración	Aplicar conocimientos o nociones teóricas a aspectos de la realidad. Corrección en su realización. Estructuración y sistematización. Originalidad y Creatividad. Claridad expositiva. Elocuencia. Capacidad crítica. Capacidad de análisis y síntesis. Trabajo en equipo.
	Ponderación	3

Fechas de exámenes

<http://www.um.es/web/comunicacion/contenido/estudios/grados/audiovisual/2012-13#exámenes>



9. Bibliografía (básica y complementaria)

-  AILES, R. (1993): Tú eres el mensaje. Paidós.
-  WOLSFELD,G.(2011). Making sense of media and politics: Five principles in political communication.
New York: Routledge
-  CASTELLS,M.(2009): Comunicación y poder. Madrid:Alianza.
-  CRESPO,I.,GARRIDO,A.,y RIORDA,M.(2008): Laconquista del poder:
Eleccionesycampañaspresidenciales en América Latina. Buenos Aires:Crujía.
-  Crespo, I., Antonio Garrido, Ileana Carletta y Mario Riorda, 2011, Manual de comunicación política
y estrategias de campaña: candidatos, medios y electores en una nueva era, Buenos Aires:
Biblos.
-  DEL REY , J. (2007): Comunicación política, internet y campañas electorales: de la
teledemocracia a laciberdemocracia.Madrid:Tecnos.
-  MAZZOLENI,G.(2010): La comunicación política. Madrid: Alianza.
-  MONZÓN,C.(2006): Opinión pública,comunicación y política (Madrid:Tecnos).
-  Maarek, Philippe J., 1997, Marketing Político y Comunicación. Claves para una buena Información
Política, Barcelona: Paidós.
-  OBAMA, B.(2006): La audacia de la esperanza. Barcelona:Península.
-  CASTELLS, M. (2007). Sociedad red: una visión global. Alianza Editorial: Madrid
-  COOK, T. E. (2005). Governing with the news: The news media as a political institution.2nd ed. Chicago:
University of Chicago Press
-  Constituciones comparadas (CCP Elkins)
-  DEARING, J. and ROGERS, E.(1996). Agenda setting. Thousand Oaks,CA: Sage Publications
-  EDELMAN, M.(1988): Constructing the Political Spectacle.Chicago:The University of Chicago Press.
-  GIDDENS, A. (1996) Consecuencias de la Modernidad. Alianza Editorial: Madrid
-  GREENBERG, S.(2009): Dispatches from the War Room. NuevaYork: St.Martin'sPress.
-  HALLIN, D. (2008). Sistemas mediáticos comparados. Barcelona. Hacer



-  HELD, D. (2006) .Models of democracy. 3rd ed. Cambridge: Polity Press
-  HINDMAN, M. (2008).The myth of digital democracy. Princeton, N. J.: Princeton University Press
-  LAKOFF, G. (2008): The Political Mind. Nueva York: Viking.
-  LINZ, J. J., VALENZUELA, A. (1998). La crisis del Presidencialismo. Alianza Editorial: Madrid
-  LIPPMANN, W.(1922).Public Opinion. NewYork: FreePress
-  LUHMANN, N. (1997). Teoría política en el Estado del bienestar. Alianza Editorial: Madrid
-  LUNTZ,F. (2007): Words that Work: It's Not What You Say. It's What People Hear.Nueva York: Hyperion.
-  MUTZ, D. (2006). Hearing the other side: Deliberative versus participatory democracy: Cambridge University Press
-  NEUMAN, W., RUSSELL, M.J.and CRIGLER, A.(1992).Common knowledge: News and the construction of social meaning. Chicago: University of Chicago Press
-  NOONAN, P.(1999): On Speaking Well. NuevaYork: Harper Collins.
-  NORRIS, P.(2010). Critical Citizens Revisited. NuevaYork: Cambridge University Press.
-  NORRIS, P.etal.(1999): On Message: Communicating the Campaign.Londres:Sage.
-  PEREZ, V. (2008). El malestar de la democracia. Editorial Crítica: Barcelona
-  PICÓ, J. (1999) Cultura y Modernidad. Alianza Editorial: Madrid
-  PLOUFFE,D.(2009): The Audacity to Win. NuevaYork: Viking.
-  [Pew Research Centers Project for Excellence in Journalism.\(2010\). New media, old media: How blogs and social media agendas relate and differ from the traditional press. Washington D.C.: Project for Excellence in Journalism](#)
-  ROHRICH, W. (2001). Los sistemas políticos del mundo. Alianza Editorial: Madrid
-  SARTORI, G. (2005). Partidos y Sistemas de partidos. Alianza Editorial: Madrid
-  SEMETKO, H. A., SCAMMELL, M. (2012). The SAGE Handbook of Political Communication. SAGE Publications, Ltd.
-  SODARO, M. (2006). Política y Ciencia Política. Madrid. Mc Graw Hill



-  CANEL, M. J. (2006): [Comunicación Política: Una guía para su estudio y práctica](#). Madrid: Tecnos.
-  PEÑA JIMÉNEZ, P., PACHECO RUEDA, M., MARTÍNEZ PASTOR, E. (2012) [Comunicación Institucional y Política](#). Ed. Fragua
-  KRIESI, H. (2012), [Political Communication in direct democratic campaigns: enlightening or manipulating?](#) Houndmills, New York: Palgrave Macmillan.
-  BERINSKY, A. (2012), [New Directions in Public Opinion](#), New York: Routledge.
-  [The Harvard International Journal on Press/Politics](#) h
-  [The European Journal on Communication](#)
-  [Journal of Political Marketing](#)
-  [Journal of Communication](#)
-  [Political Communication](#)
-  [International Journal of Communication](#)
-  [Pipa Norris Website](#)
-  Lopez Elizabeth(2012), [Periodismo y Poder Politico Liderazgo y Opinion Publica](#), Ed. DYKINSON SL
-  Von Holtendorff Franz (2012), [Esencia y Valor de la Opinion Publica](#), Ed. UNIVERSIDAD DE CANTABRIA
-  Gutierrez Rubi Antoni (2011), [Politica Vigilada la la Comunicacion Politica en la Era de Wikileaks](#), Ed. UOC
-  Zamora Medina, Rocio (2011), [Claves Para Gestionar la Comunicacion Politica Local](#), Ed. COMUNICACION SOCIAL
-  Minguzzi, Livio (2011), [La Teoria de la Opinion Publica en el Estado Constitucional](#),Ed. UNIVERSIDAD DE CANTABRIA
-  Sarsfield Rodolfo (2010), [Democracia y Opinion Publica en Paises de Reciente Democratizacion](#), Ed. Pablo Iglesias
-  Loader, Brian (2012), [Social media and democracy: innovations in participatory politics](#), Routledge
-  Parmelee, John H. (2012), [Politics and the Twitter revolution : how tweets influence the relationship between political leaders and the public](#), Lexington Books



-  Brants, Kees (2011), Political Communication in Postmodern Democracy : Challenging the Primacy of Politics, Palgrave Mc Millan
-  Holtz-Bacha, Christina (2012), Opinion polls and the media : reflecting and shaping public opinion, Palgrave Macmillan
-  Aldrich, John Herbert (2012), Improving public opinion surveys: interdisciplinary innovation and the American national election studies, Princeton University Press

10. Observaciones y recomendaciones