

**GUÍA DOCENTE CURSO 2020-2021**

**FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA**

<b>Datos de la asignatura</b>	
<b>Nombre</b>	Política, Información y Comunicación
<b>Código</b>	0000008014 (U. Comillas) 143927 (U. Deusto)
<b>Titulación</b>	Grado en Filosofía, Economía y Política
<b>Curso</b>	Tercero
<b>Cuatrimestre</b>	1º
<b>Créditos ECTS</b>	6
<b>Carácter</b>	Obligatoria
<b>Universidad</b>	Universidad de Deusto y Universidad de Comillas
<b>Horario</b>	Modalidad presencial: *A determinar
<b>Docente</b>	Ion Muñoa Errasti
<b>Descriptor</b>	En esta asignatura se pretende que el alumno adquiera los conocimientos básicos sobre los procesos de comunicación social, los procesos de generación de la opinión pública y los fundamentos de la comunicación política.
<b>Modalidad de impartición</b>	Presencial (U. Deusto) No presencial (U. Comillas)

<b>Datos del profesorado</b>	
<b>Docente modalidad presencial (U. Deusto)</b>	
<b>Nombre</b>	Ion Muñoa Errasti
<b>Departamento</b>	Comunicación
<b>Despacho</b>	232 (P. Arrupe). Campus Donostia-San Sebastián
<b>e-mail</b>	ion.munoa@deusto.es
<b>Teléfono</b>	943326600 (ext. 5614)
<b>Horario de Tutorías</b>	Lunes de 9:00 a 11:00
<b>Docente modalidad no presencial (U. Comillas)</b>	
<b>Nombre</b>	Ion Muñoa Errasti
<b>Departamento</b>	Comunicación
<b>Despacho</b>	232 (P. Arrupe). Campus Donostia-San Sebastián
<b>e-mail</b>	ion.munoa@deusto.es
<b>Teléfono</b>	943326600 (ext. 5614)
<b>Horario de Tutorías</b>	Se solicitará cita previa a través de la plataforma. Se responderá en un máximo de 48 hs.

**DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA**

## Contextualización de la asignatura

### Aportación al perfil profesional de la titulación

En esta asignatura los estudiantes desarrollarán las principales competencias y los conocimientos básicos para entender los procesos de comunicación social y los procesos de generación de opinión pública de nuestras sociedades. Comprender los principales mecanismos por los que se conforma la opinión pública, así como el papel que en ello desempeñan los medios de comunicación (y otros medios) y los diferentes actores, es fundamental a la hora de interpretar la dimensión pública de nuestra realidad social. Partiendo de los principales marcos referenciales de la materia, se abordarán debates, problemas y desafíos actuales como la *posverdad*, *las fake news*, la manipulación de los procesos electorales, etc. Todo ello, para que desde una base científica y analítica, los alumnos desarrollen su mirada crítica hacia los procesos de comunicación social y la opinión pública.

### Prerrequisitos

Ninguno

## Competencias - Objetivos

### Competencias de la asignatura

#### Básicas y Generales

CB3 - Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CG5 - Identificar y analizar los elementos más significativos que integran y conforman las diferentes realidades sociales para interpretarlas y explicarlas desde un enfoque sistémico a través de modelos holísticos propios de las áreas de conocimiento del grado (filosofía, política y economía).

#### Transversales (si las hubiera)

CT4 - Reconocer los conflictos éticos en las diferentes situaciones de la vida personal y profesional, y discernir críticamente las diferentes opciones de comportamiento usando los conceptos, principios y procedimientos propios de la racionalidad de este saber para tomar las decisiones que mejor se correspondan con ellos.

#### Específicas

CE1 - Seleccionar los principios teóricos adecuados de las principales teorías y enfoques trabajados en el grado para argumentar desde diferentes perspectivas y apoyando tales argumentos en la utilización de metodologías de análisis, paradigmas y conceptos propios de las Ciencias Sociales y Humanas.

CE3 - Analizar la diversidad contemporánea teniendo en cuenta las diferentes disciplinas del grado a través de la identificación de los problemas, la recogida y análisis de datos y la interpretación de los resultados.

CE6 - Formular problemas de contenido político, económico y social, identificando las fuentes necesarias para la elaboración de un análisis diagnóstico de la situación y proponer una síntesis de los resultados obtenidos.

CE7 - Emitir juicios que incluyan una reflexión ética sobre temas fundamentales de carácter filosófico, político, social y económico en un contexto representativo de la sociedad tanto internacional como local.

## BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

<b>Contenidos – Unidades Temáticas</b>
<b>UNIDAD 1: HISTORIA Y FUNDAMENTOS DE LA OPINIÓN PÚBLICA</b>
<b>Tema 1: Introducción al concepto de opinión pública</b>
1.1. Definiciones. ¿Qué es la <i>opinión pública</i> ? 1.2. Principales elementos del concepto <i>opinión pública</i> . 1.3. Historia del concepto de <i>opinión pública</i> .
<b>Tema 2: Procesos de generación de la opinión pública</b>
2.1. ¿Quién es el sujeto de la opinión pública? 2.2. Principales visiones y corrientes sobre el sujeto de la opinión pública 2.3. La complejidad de los procesos de conformación de la opinión pública 2.4. Elementos clave en la generación de la opinión pública
<b>Tema 3: Medios de comunicación y opinión pública</b>
3.1. Funciones de los medios de comunicación 3.2. Los efectos de los medios de comunicación en la opinión pública 3.3. Principales teorías sobre la relación de los medios y la opinión pública
<b>Tema 4: Opinión pública y sistema político</b>
4.1. Principales visiones históricas 4.2. Las funciones clásicas de la opinión pública en las democracias liberales 4.3. Debates actuales
<b>Tema 5: Medir la opinión pública</b>
5.1. Historia de las mediciones de la opinión pública 5.2. Encuestas y otras formas de medición 5.3. Dificultades actuales para medir la opinión pública
<b>UNIDAD 2: COMUNICACIÓN POLÍTICA</b>
<b>Tema 6: Introducción a la comunicación política</b>
6.1. Breve historia de la comunicación política 6.2. Principales elementos en la comunicación política 6.3. Comunicación electoral o de campaña 6.4. Comunicación de las instituciones públicas
<b>Tema 7: La comunicación política hoy</b>
7.1. Espectacularización de la comunicación política 7.2. El poder de la imagen y lo audiovisual 7.3. Transformaciones generadas por los medios digitales

#### 7.4. Principales corrientes actuales

### Tema 8: Gestionar la comunicación política

8.1. Procesos, actores y herramientas para la gestión de la comunicación política

8.2. La planificación estratégica de la comunicación política.

## METODOLOGÍA DOCENTE

### Aspectos metodológicos generales de la asignatura

#### Metodología Presencial Adaptada

Debido a la situación generada por la pandemia del COVID-19 la Universidad de Deusto plantea para el curso 2020-2021 la modalidad "presencial adaptada", que se traduce en tres horas de clase semanales (dos presenciales y una en remoto). Esta asignatura adapta la metodología presencial a esas directrices, ya que tan solo se imparte en la Universidad de Deusto en forma presencial.

En este contexto, con carácter general se espera que los estudiantes acudan a las sesiones presenciales y se conecten a las sesiones en remoto. Se estimulará el desarrollo de su pensamiento crítico y capacidad analítica a través de debates sobre temas de actualidad en la opinión pública, vinculados al conocimiento que van acumulando sobre el tema. Se combinarán clases teóricas de exposición de contenidos, con sesiones prácticas en las que se irán elaborando las diferentes actividades tanto individuales como grupales. Asimismo, se plantearán diferentes debates, conferencias invitadas y workshops, en los que se abordarán casos prácticos y reales que ilustren el contenido que se va desarrollando en la asignatura. Además de ello, los alumnos tendrán que trabajar fuera de las sesiones presenciales y remotas, en las diferentes actividades, lecturas y estudios que deberán realizar.

#### Metodología No presencial

El trabajo del alumno se desarrollará básicamente en la plataforma Moodle de la asignatura. En ella se llevarán a cabo las siguientes actividades, que requerirán una participación activa y cotidiana de los alumnos:

- Exposiciones del profesor a través de vídeos o videoconferencias,
- Profundización/trabajo personal de los alumnos a través de la búsqueda, lectura y estudio de la documentación propuesta por el profesor. Este trabajo personal estará estrechamente conectado con los foros que se irán proponiendo en cada tema. A través de los foros se pretende estimular el aprendizaje colaborativo y crear un espacio de seguimiento de las tareas, de planteamiento de dudas y sugerencias puntuales y de información complementaria por parte del profesor.
- Presentaciones individuales de los estudiantes a través de foros y videoconferencias sobre temas específicos
- Realización de comentarios de texto y elaboración de trabajos escritos,
- Participación en debates a través de foros virtuales
- Tutorías individuales a través de videoconferencia
- Tutorías grupales a través de la plataforma virtual

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNADO					
MODALIDAD PRESENCIAL ADAPTADA					
Trabajo en el aula		Trabajo en remoto		Trabajo o actividades fuera del aula	
Clases teóricas (Exposición de contenidos)	(Actividades que se desarrollan en el aula)	Clases teóricas (Exposición de contenidos)	Presentaciones, debates, otras actividades	Elaboración de trabajos individuales o grupales	Estudio: preparación de la evaluación
15	8	6	8	80	33
MODALIDAD NO PRESENCIAL					
Encuentros virtuales programados			Trabajo o actividades autónomas		
Encuentros virtuales	Foros		Elaboración de trabajos individuales o grupales	Estudio: preparación de la evaluación	
12	8		80	50	
CRÉDITOS ECTS:					6

## EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

MODALIDAD PRESENCIAL		
Actividades de evaluación	CRITERIOS	PESO
PROYECTO GRUPAL. En grupos de 4-5 personas, se deberá analizar el contenido de diferentes medios de comunicación para responder a la siguiente pregunta: ¿Qué estrategias se utilizan para influir en el receptor su visión de la realidad? Esta actividad se desarrollará durante todo el semestre y tendrá varias fases que se especificarán a lo largo del curso. Al final del semestre, se deberá entregar el resultado final en forma de trabajo académico.	Se valorará la aplicación de los marcos conceptuales, la metodología utilizada, la capacidad analítica y la robustez de los argumentos	40%
ACTIVIDADES INDIVIDUALES. En cada unidad didáctica los estudiantes realizarán una actividad individual relacionada con el contenido trabajado. En total serán dos actividades que se plantearán al inicio de cada unidad y se deberán entregar al final. Los dos trabajos tendrán el mismo valor en la calificación final.	Se valorará la adecuación del trabajo al contenido de la unidad y el enunciado planteado, así como su rigor académico.	20%
SEGUIMIENTO y PARTICIPACIÓN. En los diferentes temas, se plantearán lecturas, cuestionarios y debates. Serán actividades que servirán para el desarrollo y seguimiento de la asignatura.	Se valorará la correcta realización y participación de las actividades planteadas	10%

PRUEBA ESCRITA FINAL.	Conocimiento general básico de los contenidos aprendidos durante el curso	30%
<b>MODALIDAD NO PRESENCIAL</b>		
<b>Actividades de evaluación</b>	<b>CRITERIOS</b>	<b>PESO</b>
PROYECTO INDIVIDUAL. Se deberá analizar el contenido de diferentes medios de comunicación para responder a la siguiente pregunta: ¿Qué estrategias se utilizan para influir en el receptor su visión de la realidad? Esta actividad se desarrollará durante todo el semestre y tendrá varias fases que se especificarán a lo largo del curso. Al final del semestre, se deberá entregar el resultado final en forma de trabajo académico.	Se valorará la aplicación de los marcos conceptuales, la metodología utilizada, la capacidad analítica y la robustez de los argumentos	30%
ACTIVIDADES INDIVIDUALES. En cada unidad didáctica los estudiantes realizarán una actividad individual relacionada con el contenido trabajado. En total serán dos actividades que se plantearán al inicio de cada unidad y se deberán entregar al final. Los dos trabajos tendrán el mismo valor en la calificación final.	Se valorará la adecuación del trabajo al contenido de la unidad y el enunciado planteado, así como su rigor académico.	20%
SEGUIMIENTO y PARTICIPACIÓN. En los diferentes temas, se plantearán lecturas, cuestionarios y debates. Serán actividades que servirán para el desarrollo y seguimiento de la asignatura.	Se valorará la correcta realización y participación de las actividades planteadas	10%
Prueba final*. Se realizará por escrito online en la plataforma Moodlerooms o, en caso de que no fuera posible esta modalidad, por vía oral online (Blackboard Collaborate con grabación del examen)	Conocimiento general básico de los contenidos aprendidos durante el curso	40%

\*Para poder realizar la prueba final tanto de la convocatoria ordinaria como extraordinaria se tienen que haber realizado el resto de las actividades objeto de evaluación.

\*Para superar la asignatura hay que aprobar tanto la prueba final como las actividades evaluables realizadas.

#### **CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA (PRESENCIAL/NO PRESENCIAL):**

Los criterios de evaluación son los mismos que en la convocatoria ordinaria, por lo que hay que aportar todas las actividades de evaluación consideradas en el curso. Se guardarán las notas de las actividades realizadas, a la espera de que se realicen las actividades pendientes. En esta evaluación se aplicarán los mismos criterios de ponderación que en la evaluación ordinaria.

## BIBLIOGRAFÍA

### Bibliografía Básica

- MONZÓN, C.: Opinión pública, comunicación y política: la formación del espacio público. Madrid: Tecnos, 2006.
- BOURDIEU, P.: Sobre la televisión. Barcelona: Anagrama, 1997.
- CANEL, M.J.: Comunicación política: técnicas y estrategias para la sociedad de la información. Madrid: Tecnos, 1999.

### Bibliografía Complementaria

- BERINSKY, A.J.: New Directions in Public Opinion. New York: Routledge, 2016.
- BÖKELMAN, F.: Formación y funciones de la opinión pública. Barcelona: Gustavo Gili, 1983.
- CAMPOS ZABALA, M.V.: La opinión pública: del primer liberalismo a la era de la globalización. En red: <http://hdl.handle.net/10115/3089>.
- CANEL, M.J.: Comunicación de las instituciones públicas. Madrid: Tecnos, 2007.
- CAPELLAN, G.: Opinión Pública. Historia y presente. Madrid: Trotta, 2008.
- CASTELLS, M.: Comunicación y poder. Madrid: Alianza, 2009.
- CURRAM, J.; et al.: Sociedad y comunicación de masas. México: F.C.E., 1981.
- D'ADAMO, O.J.; GARCÍA BEAUDOUX, V.; FREIDENBERG, F.: Medios de comunicación y opinión pública. Ed. McGraw-Hill, 2007.
- DADER, J.L.: El periodista en el espacio público. Barcelona: Bosch, 1992.
- DEL REY MORATÓ, J.: Comunicación política, internet y campañas electorales: de la teledemocracia a la ciberdemocracia. Madrid: Tecnos, 2007.
- DONSBACH, W. y TRAUGOTT M.W. (ed.): The SAGE Handbook of Public Opinion Research. London: SAGE, 2008.
- ECHEVERRÍA, J.: Periodismo electrónico y señores del aire. En red: <http://www.iecat.net>
- FOX, E. (ed.): Medios de comunicación y política en América Latina. México: Gustavo Gili, 1990.
- GARCÍA FERRANDO; et al.: El análisis de la realidad social. Madrid: Alianza, 1986.
- GRABER, D.: El poder de los medios de la política. Buenos Aires: Latinoamérica, 1987.
- HABERMAS, J.: Historia y crítica de la opinión pública. Barcelona: Gustavo Gili, 1981.
- MARTÍNEZ Y COMA, F.: ¿Por qué importan las campañas electorales? Madrid: CIS, 2008.
- MARQUÉS, J.: Política y Propaganda. Medios de comunicación y opinión pública. Barcelona: UOC ediciones, 2016.
- MCQUAIL, D.: Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Barcelona:

Paidós, 1985.

- MONZÓN, C.: La opinión pública: teorías, conceptos y métodos. Madrid: Tecnos, 1990.
- MORAGAS, M. de (ed.): Sociología de la comunicación de masas. Barcelona: Gustavo Gili, 1985.
- MUÑOZ ALONSO, A.: Política y nueva comunicación. Madrid: Fundesco, 1989.
- MUÑOZ ALONSO, A.: La espiral del silencio en el País Vasco. En red:  
<http://www.cuentayrazon.org/revista/pdf/033/Num033-077.pdf>
- NOELLE-NEUMANN, E.: La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social. Barcelona: Paidós, 1995.
- PÉREZ GARCÍA, D.: Técnicas de comunicación política: el lenguaje de los partidos. Madrid: Tecnos, 2003.
- PRICE, V.: La opinión pública: esfera pública y comunicación. Barcelona: Paidós, 1994.
- REQUENA SANTOS, F.: Redes sociales y sociedad civil. Madrid: CIS, 2008.
- RUIZ SAN ROMÁN, J.: Introducción a la tradición clásica de la opinión pública.
- SAMPEDRO, V.: Opinión pública y democracia deliberativa: medios, sondeos y urnas. Madrid: Istmo, 2000.
- SAMPEDRO, V.: Opinión pública y democracia deliberativa: medios, sondeos y urnas. Madrid: Istmo, 2000.
- STOEZEL, J.; GIRAD, A.: Las encuestas de opinión pública. Madrid: C.I.S., 1982.
- VILLALOBOS, C.: Los inmigrantes y la delincuencia en prensa. Una imagen distorsionada. Sevilla: Universidad de Sevilla, 2009.
- ZALLER, J. R.: La naturaleza y los orígenes de la opinión pública. Madrid: C.I.S., 2014

Los demás materiales necesarios para el desarrollo de la asignatura se concretarán en clase.

**PARA LOS ALUMNOS DE U. COMILLAS:** En cumplimiento de la normativa vigente en materia de protección de datos de carácter personal, le informamos y recordamos que puede consultar los aspectos relativos a privacidad y protección de datos que ha aceptado en su matrícula entrando en esta web y pulsando “descargar”  
[https://servicios.upcomillas.es/sedelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792](https://servicios.upcomillas.es/sedeelectronica/inicio.aspx?csv=02E4557CAA66F4A81663AD10CED66792)