



FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre	Política, Información y Comunicación
Código	0000008014 (U. Comillas) 143927 (U. Deusto)
Titulación	Grado en Filosofía, Economía y Política
Curso	Tercero
Cuatrimestre	1º
Créditos ECTS	6
Carácter	Obligatoria
Universidad	Universidad de Deusto y Universidad Comillas
Horario	Modalidad presencial: Lunes, de 11:00 a 13:00 Viernes, de 11:00 a 13:00
Docente	Ion Muñoa Errasti (U. de Deusto)
Descriptor	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.
Modalidad de impartición	Presencial (U. Deusto) No presencial (U. Comillas)

Datos del profesorado	
Docente modalidad presencial (U. Deusto)	
Nombre	Ion Muñoa Errasti
Departamento	Comunicación
Despacho	232 (P. Arrupe). Campus Donostia-San Sebastián
e-mail	ion.munoa@deusto.es
Teléfono	943326600 (ext. 5614)
Horario de Tutorías	Lunes de 9:00 a 11:00
Docente modalidad no presencial (U. Comillas)	
Nombre	Ion Muñoa Errasti
Departamento	Comunicación
Despacho	232 (P. Arrupe). Campus Donostia-San Sebastián
e-mail	ion.munoa@deusto.es
Teléfono	943326600 (ext. 5614)
Horario de Tutorías	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
<p>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. Analizarán e interpretarán la realidad política, económica y social, a través del análisis de las opiniones, los valores y las actitudes de los ciudadanos, así como las posiciones y las dinámicas de los diferentes actores políticos, en el espacio público.</p> <p>La comprensión 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 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 <i>posverdad</i>, <i>las fake news</i>, 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.</p>
Prerrequisitos
Ninguno

Competencias - Objetivos
Competencias de la asignatura
Básicas y Generales
<p>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.</p> <p>CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.</p> <p>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).</p>
Transversales
<p>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.</p>
Específicas
<p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Unidades Temáticas
UNIDAD 1: HISTORIA Y FUNDAMENTOS DE LA OPINIÓN PÚBLICA
Tema 1: Introducción al concepto de opinión pública
<p>1.1. Definiciones. ¿Qué es la <i>opinión pública</i>?</p> <p>1.2. Principales elementos del concepto <i>opinión pública</i>.</p> <p>1.3. Historia del concepto de <i>opinión pública</i>.</p>

Tema 2: Procesos de generación de la opinión pública
<p>2.1. ¿Quién es el sujeto de la opinión pública?</p> <p>2.2. Principales visiones y corrientes sobre el sujeto de la opinión pública</p> <p>2.3. La complejidad de los procesos de conformación de la opinión pública</p> <p>2.4. Elementos clave en la generación de la opinión pública</p>
Tema 3: Medios de comunicación y opinión pública
<p>3.1. Funciones de los medios de comunicación</p> <p>3.2. Los efectos de los medios de comunicación en la opinión pública</p> <p>3.3. Principales teorías sobre la relación de los medios y la opinión pública</p>
Tema 4: Opinión pública y sistema político
<p>4.1. Principales visiones históricas</p> <p>4.2. Las funciones clásicas de la opinión pública en las democracias liberales</p> <p>4.3. Debates actuales</p>
Tema 5: Medir la opinión pública
<p>5.1. Historia de las mediciones de la opinión pública</p> <p>5.2. Encuestas y otras formas de medición</p> <p>5.3. Dificultades actuales para medir la opinión pública</p>
UNIDAD 2: COMUNICACIÓN POLÍTICA
Tema 6: Introducción a la comunicación política
<p>6.1. Breve historia de la comunicación política</p> <p>6.2. Principales elementos en la comunicación política</p> <p>6.3. Comunicación electoral o de campaña</p> <p>6.4. Comunicación de las instituciones públicas</p>
Tema 7: La comunicación política hoy
<p>7.1. Espectacularización de la comunicación política</p> <p>7.2. El poder de la imagen y lo audiovisual</p> <p>7.3. Transformaciones generadas por los medios digitales</p> <p>7.4. Principales corrientes actuales</p>
Tema 8: Gestionar la comunicación política
<p>8.1. Procesos, actores y herramientas para la gestión de la comunicación política</p> <p>8.2. La planificación estratégica de la comunicación política.</p>

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura
Metodología Presencial
<p>Con carácter general se espera que los estudiantes acudan a clase y 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 del aula, en las diferentes actividades, lecturas y estudios que deberán realizar.</p>
Metodología No presencial
<p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 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 Skype - Tutorías grupales a través de la plataforma virtual

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNADO			
MODALIDAD PRESENCIAL			
Trabajo en el aula		Trabajo o actividades fuera del aula	
Clases teóricas (Exposición de contenidos)	Clases prácticas (Actividades que se desarrollan en el aula)	Elaboración de trabajos individuales o grupales	Estudio: preparación de la evaluación
30	30	60	30

MODALIDAD NO PRESENCIAL			
Encuentros virtuales programados		Trabajo o actividades autónomas	
Encuentros virtuales	Foros	Elaboración de trabajos individuales o grupales	Estudio: preparación de la evaluación
10	10	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%

MODALIDAD NO PRESENCIAL		
Actividades de evaluación	CRITERIOS	PESO
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 a través de los foros y de las videoconferencias. 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 (Skype 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. En esta prueba final queda totalmente prohibido la consulta o uso de cualquier material didáctico o dispositivo electrónico.

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.
- MARTÑINEZ 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.