



# UNIVERSIDAD DE CASTILLA - LA MANCHA

## GUÍA DOCENTE

### 1. DATOS GENERALES

<b>Asignatura:</b> COMUNICACIÓN POLÍTICA	<b>Código:</b> 16317
<b>Tipología:</b> OBLIGATORIA	<b>Créditos ECTS:</b> 6
<b>Grado:</b> 377 - GRADO EN PERIODISMO	<b>Curso académico:</b> 2020-21
<b>Centro:</b> 12 - FACULTAD DE COMUNICACIÓN	<b>Grupo(s):</b> 30 31
<b>Curso:</b> 2	<b>Duración:</b> C2
<b>Lengua principal de impartición:</b> Español	<b>Segunda lengua:</b>
<b>Uso docente de otras lenguas:</b>	<b>English Friendly:</b> N
<b>Página web:</b>	<b>Bilingüe:</b> N

Profesor: <b>MIGUEL ALVAREZ PERALTA</b> - Grupo(s): <b>30</b>				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
2.09 Fac. Comunicación	DPTO. EN CONSTITUCIÓN	4775	miguel.alvarez@uclm.es	Se publicará una vez conocido el horario del segundo cuatrimestre.

### 2. REQUISITOS PREVIOS

No se han establecido.

### 3. JUSTIFICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS, RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS Y CON LA PROFESIÓN

Esta asignatura obligatoria forma parte de la materia 'Teoría de la comunicación y de la información periodística', compuesta además por las asignaturas 'Alfabetización mediática', 'Teoría del periodismo' y 'Teoría de la comunicación'.

El objetivo de esta asignatura es conocer el papel de la comunicación social en la articulación del poder político, con especial atención al caso de las democracias liberales occidentales. Se abordará la comunicación política desde una doble perspectiva: teórica (estudiando la influencia socio-política de los medios de comunicación) y práctica (ahondando en el quehacer de las dos profesiones más estrechamente relacionadas con este campo: el marketing y el periodismo político). Serán objeto de especial atención los actores de la comunicación política: partidos políticos, candidatos, periodistas, medios de comunicación, grupos de interés y movimientos sociales. Se reflexionará también sobre el impacto de Internet en la participación política y en la producción y consumo de información política.

### 4. COMPETENCIAS DE LA TITULACIÓN QUE LA ASIGNATURA CONTRIBUYE A ALCANZAR

#### Competencias propias de la asignatura

Código	Descripción
E02	Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa de manera oral y escrita, sabiendo aprovechar los recursos lingüísticos y literarios que sean más adecuados a los distintos medios de comunicación.
E04	Capacidad para leer y analizar textos y documentos especializados de cualquier tema relevante y saber resumirlos o adaptarlos mediante un lenguaje o léxico comprensible para un público mayoritario.
E05	Capacidad básica para comprender la producción informativa o comunicativa, escrita o audiovisual, en inglés estándar.
E07	Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas, a partir de los fundamentos de la retórica y de las aportaciones de las nuevas teorías de la argumentación, así como de las técnicas comunicativas aplicadas a la persuasión.
E17	Conocimiento de las ciencias actuales, capacidad para el análisis de su tratamiento informativo y comunicativo, y habilidad para transmitir esos conocimientos y avances a la mayoría no especializada de manera comprensible y eficaz.
G01	Dominio de una segunda lengua extranjera en el nivel B1 del Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas
G07	Tener capacidad de interpretar datos relevantes como sean los principales acontecimientos y procesos de las sociedades actuales desde una perspectiva sincrónica. La dimensión espacial de este conocimiento ha de ser tan amplia como sea posible, por cuanto contribuye a desarrollar la capacidad de comprender la diversidad y a fomentar el respeto por los sistemas de valores ajenos y la conciencia cívica.
G15	Capacidad básica para comprender la producción informativa o comunicativa, escrita o audiovisual, en inglés estándar.

### 5. OBJETIVOS O RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS

#### Resultados de aprendizaje propios de la asignatura

No se han establecido.

#### Resultados adicionales

Objetivos:

- Conocer las teorías sobre la publicidad del poder, con especial atención a autores como Carl Schmitt y Jürgen Habermas.
- Comprender el papel de la identidad colectiva y los medios de comunicación en la conformación de unidades políticas.
- Entender el debate entre efectos limitados y efectos masivos de los medios de comunicación.
- Captar el impacto de Internet en la producción y el consumo de la información política
- Familiarizarse con los textos canónicos del periodismo político

Resultados de aprendizaje:

- Distinguir entre la comunicación política como profesión (marketing político, periodismo político, activismo político) y como campo de investigación (triángulo entre representantes, representados y mediadores sociales).
- Identificar las falacias retóricas de un orador.
- Reunir documentación que sirva como apoyo o evidencia empírica a puntos argumentales en un discurso o debate.
- Planificar y documentar un discurso individual o un debate sobre temas de actualidad.

## 6. TEMARIO

**Tema 1: Intervenir en la esfera pública: el análisis y la creación de comunicación política.**

**Tema 2: Planificación y desarrollo de campañas en medios.**

**Tema 3: Comunicación y sistema político-institucional en España.**

**Tema 4: Digitalización de la comunicación política: el impacto de Internet en la participación política**

## COMENTARIOS ADICIONALES SOBRE EL TEMARIO

El profesor advierte que pueden surgir cambios en el temario para ajustarlos al desarrollo del curso.

La detección de un plagio en cualquiera de los trabajos supondrá suspender la asignatura y pasar directamente a la convocatoria extraordinaria.

## 7. ACTIVIDADES O BLOQUES DE ACTIVIDAD Y METODOLOGÍA

Actividad formativa	Metodología	Competencias relacionadas (para títulos anteriores a RD 822/2021)	ECTS	Horas	Ev	Ob	Descripción
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL]	Combinación de métodos	E02 E04 E05 E07 E17 G01 G07 G15	2.32	58	N		Durante las clases se propondrán ejercicios prácticos constantemente, con los que ir elaborando el portfolio y la evaluación de participación en clase, por lo que se aconseja encarecidamente la asistencia regular a las mismas.
Elaboración de un portafolio [AUTÓNOMA]	Trabajo en grupo	E02 E04 E05 E07 E17 G01 G07 G15	3.6	90	S	S	El alumno deberá ir realizando las prácticas y ejercicios de clase propuestos a lo largo del curso, algunos individualmente y otros en grupo.
Prueba final [PRESENCIAL]	Pruebas de evaluación	E02 E04 E05 E07 E17 G01 G07 G15	0.08	2	S	S	Las pruebas teóricas podrán consistir en partes de examen tipo test, de preguntas a desarrollar o miniensayos, así como entrevista tipo oral, en función de cada caso.
<b>Total:</b>			<b>6</b>	<b>150</b>			
<b>Créditos totales de trabajo presencial: 2.4</b>			<b>Horas totales de trabajo presencial: 60</b>				
<b>Créditos totales de trabajo autónomo: 3.6</b>			<b>Horas totales de trabajo autónomo: 90</b>				

Ev: Actividad formativa evaluable

Ob: Actividad formativa de superación obligatoria (Será imprescindible su superación tanto en evaluación continua como no continua)

## 8. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y VALORACIONES

Sistema de evaluación	Evaluación continua	Evaluación no continua*	Descripción
Prueba final	40.00%	60.00%	El examen final ha de superarse con al menos un 5 para que la asignatura se considere aprobada. Suspender el examen teórico supone someterse a la convocatoria extraordinaria, independientemente de las notas de las prácticas. Aunque la nota media de prácticas y examen suspenso supera el 5, el estudiante pasará a la convocatoria extraordinaria con un 4.9 en su nota final de la convocatoria ordinaria.
Portafolio	50.00%	0.00%	Los alumnos irán elaborando su portafolio audiovisual y textual con todas las prácticas y ejercicios de clase planteados durante el curso. El trabajo de recuperación consistirán en otro tipo de trabajo práctico de similar naturaleza, a entregar en la convocatoria extraordinaria.
Trabajo	0.00%	40.00%	Para casos de evaluación no continua, la evaluación consistirán en otro tipo de trabajo práctico de investigación que deberá ser acordado y tutorizado presencialmente o a distancia DURANTE el semestre, nunca después de la segunda mitad del mismo.
Valoración de la participación con aprovechamiento en clase	10.00%	0.00%	La participación positiva con aprovechamiento en clase podrá sumar un 10% de la nota final. En caso de no participación, este porcentaje pasa a formar parte de la prueba final
<b>Total:</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.00%</b>	

\* En **Evaluación no continua** se deben definir los porcentajes de evaluación según lo dispuesto en el art. 4 del Reglamento de Evaluación del Estudiante de la UCLM, que establece que debe facilitarse a los estudiantes que no puedan asistir regularmente a las actividades formativas presenciales la superación de la asignatura, teniendo derecho (art. 12.2) a ser calificado globalmente, en 2 convocatorias anuales por asignatura, una ordinaria y otra extraordinaria (evaluándose el 100% de las competencias).

**Criterios de evaluación de la convocatoria ordinaria:**

### Evaluación continua:

Esta asignatura aplicará los criterios de evaluación acordados en el Reglamento UCLM así como las normas específicas aprobadas por la Junta de Facultad de Comunicación. En concreto se aplicará la normativa común referente a plagio y corrección ortográfica.

Esta planificación podrá adaptarse y sufrir leves modificaciones en caso de que se acometa cualquier medida extraordinaria relacionada con la pandemia sanitaria de la COVID-19. No obstante, incluso en un escenario imprevisto, se tratarán de mantener los porcentajes de evaluación con la máxima fidelidad a lo señalado en esta guía.

No se conservará la valoración de actividades realizadas en cursos anteriores.

EL portafolio de prácticas y la prueba final suponen respectivos porcentajes de la nota final, pero en todo caso ES NECESARIO APROBAR AMBOS para aprobar la asignatura.

### Evaluación no continua:

Esta asignatura aplicará los criterios de evaluación acordados en el Reglamento UCLM así como las normas específicas aprobadas por la Junta de Facultad de Comunicación. En concreto se aplicará la normativa común referente a plagio y corrección ortográfica.

Esta planificación podrá adaptarse y sufrir leves modificaciones en caso de que se acometa cualquier medida extraordinaria relacionada con la pandemia sanitaria de la COVID-19. No obstante, incluso en un escenario imprevisto, se tratarán de mantener los porcentajes de evaluación con la máxima fidelidad a lo señalado en esta guía.

No se conservará la valoración de actividades realizadas en cursos anteriores.

El portafolio de prácticas y la prueba final suponen respectivos porcentajes de la nota final, pero en todo caso ES NECESARIO APROBAR AMBOS para aprobar la asignatura. En la convocatoria extraordinaria el alumno podrá elegir si quiere conservar la nota del portafolio de prácticas o bien de la prueba final, en caso de tener aprobada una de las dos partes.

### Particularidades de la convocatoria extraordinaria:

En la convocatoria extraordinaria el alumno podrá elegir si quiere conservar la nota del portafolio de prácticas o bien de la prueba final, en caso de tener aprobada una de las dos partes.

### Particularidades de la convocatoria especial de finalización:

La convocatoria especial de finalización contiene toda la materia.

En esta convocatoria el alumno deberá realizar una prueba que valdrá el 100% de la nota.

No se conservará la valoración de ninguna de las actividades realizadas en la convocatoria ordinaria ni extraordinaria ni tampoco en cursos anteriores.

## 9. SECUENCIA DE TRABAJO, CALENDARIO, HITOS IMPORTANTES E INVERSIÓN TEMPORAL

### No asignables a temas

Horas	Suma horas
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	2

### Tema 1 (de 4): Intervenir en la esfera pública: el análisis y la creación de comunicación política.

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Combinación de métodos]	14
Elaboración de un portafolio [AUTÓNOMA][Trabajo en grupo]	24
<b>Comentario:</b> Lecturas: Bucy & Holbert, eds. (2011), Canel (2006), Graber, ed. (2007), Kaid (2004), Lilleker (2006), McNair (2011), Muñoz-Alonso & Rospir, eds. (1995, 1999), Overholser & Hall Jamieson, eds. (2005), Rey Morató (2008). DEBATES: Introducción a las reglas de la Liga de Debate Universitario del Grupo G9 de universidades. Visionado de debates.	

### Tema 2 (de 4): Planificación y desarrollo de campañas en medios.

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Combinación de métodos]	14
Elaboración de un portafolio [AUTÓNOMA][Trabajo en grupo]	24
Grupo 30:	
<b>Inicio del tema:</b> 15-02-2021	<b>Fin del tema:</b> 15-03-2021
Grupo 31:	
<b>Inicio del tema:</b> 15-02-2021	<b>Fin del tema:</b> 15-03-2021
<b>Comentario:</b> Lecturas: Costa (2008), Laguna (2010), Mazzoleni (2010), Trent & Friedenberg (2007). DEBATES: D5 (Grupo 9 vs. Grupo 10) y D6 (Grupo 11 vs. Grupo 12)	

### Tema 3 (de 4): Comunicación y sistema político-institucional en España.

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Combinación de métodos]	16
Elaboración de un portafolio [AUTÓNOMA][Trabajo en grupo]	20
Grupo 30:	
<b>Inicio del tema:</b> 15-03-2021	<b>Fin del tema:</b> 15-04-2021
Grupo 31:	
<b>Inicio del tema:</b> 15-03-2021	<b>Fin del tema:</b> 15-04-2021
<b>Comentario:</b> Lecturas: Baughman (2010), Costa (2008), Trent & Friedenberg (2007). DEBATES: D9 y D10 (Cuartos de Final).	

### Tema 4 (de 4): Digitalización de la comunicación política: el impacto de Internet en la participación política

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Combinación de métodos]	14
Elaboración de un portafolio [AUTÓNOMA][Trabajo en grupo]	22
Grupo 30:	
<b>Inicio del tema:</b> 15-04-2021	<b>Fin del tema:</b> 21-05-2021
Grupo 31:	
<b>Inicio del tema:</b> 15-04-2021	<b>Fin del tema:</b> 21-05-2021
<b>Comentario:</b> Lecturas: Anduiza et al. (2010), Anstead & Chadwick (2007), Bimber (2003), Dahlgren (2009), Esser & Pfetsch (2004), Hindman (2008), Hopkin (2001), Lodge, ed. (2010), Seoane Pérez & Jones (2008). DEBATES: D11 y D12 (Cuartos de Final)	

### Actividad global

Actividades formativas	Suma horas
------------------------	------------

Enseñanza presencial (Prácticas) [PRESENCIAL][Combinación de métodos]	58
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	2
Elaboración de un portafolio [AUTÓNOMA][Trabajo en grupo]	90
<b>Total horas:</b>	<b>150</b>

10. BIBLIOGRAFÍA, RECURSOS						
Autor/es	Título/Enlace Web	Editorial	Población	ISBN	Año	Descripción
Miguel Álvarez Peralta	Reformulación del Modelo de Propaganda de Herman y Chomsky para el siglo XXI: reflexiones a tenor de la España post-bipartidista. <a href="http://www.comunicacionsocial.es/catalogo/colecciones/comunicacion-critica/el-modelo-de-propaganda-y-el-control-de-los-medios">http://www.comunicacionsocial.es/catalogo/colecciones/comunicacion-critica/el-modelo-de-propaganda-y-el-control-de-los-medios</a>	Comunicación Social.	Madrid	978-84-17600-25-9	2019	
Joan Pedro-Carañana, Daniel Broudy, Jeffery Klaehn	The Propaganda Model Today. Filtering Perception and Awareness. <a href="https://www.uwestminsterpress.co.uk/site/chapters/10.16997/book27.h/">https://www.uwestminsterpress.co.uk/site/chapters/10.16997/book27.h/</a>	University of Westminster Press.	London	978-1-912656-17-2	2018	
Miguel Alvarez-Peralta y Ana Isabel Segovia Alonso	Digitalización de la comunicación, democracia y ciudadanía. <a href="https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=769832">https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=769832</a>	Diputación General de Cuenca.	Cuenca.	978-84-17357-28-3	2019	
Alvarez Peralta, Miguel	Controversias, narraciones, relatos mediáticos. Los problemas sociales en la esfera pública. <a href="https://www.fragua.es/producto/controversias-narraciones-relatos-mediaticos-los-problemas-sociales-en-la-esfera-publica-pdf/">https://www.fragua.es/producto/controversias-narraciones-relatos-mediaticos-los-problemas-sociales-en-la-esfera-publica-pdf/</a>	Fragua	Madrid	9788470747427	2020	
Arendt, Hannah (1906-1975)	La condición humana	Paidós		84-493-1823-8	2005	
Canel, María José	Comunicación política : una guía para su estudio y práctica/	Tecnos		978-84-309-4440-8	2006	
Hindman, Matthew (1976-)	The myth of digital democracy	Princeton University Press		978-0-691-13868-8	2009	
Jones, Alex S.	Losing the news : the future of the news that feeds democrac	Oxford University Press		978-0-19-518123-4	2009	
Katz, Elihu (1926-)	Personal Influence : the part played by people in the flow o	Transaction Publishers		1-4128-0507-4	2006	
Laguna Platero, Antonio	Las claves del éxito político : ¿por qué votan los ciudadano	Península		978-84-9942-070-7	2010	
Lasswell, Harold D.	Propaganda technique in World War I	The MIT Press		0-262-62018-9	1971	
McLuhan, Marshall	Comprender los medios de comunicación : las extensiones del	Paidós		978-84-493-2203-7	2009	
McNair, Brian 1959-	An introduction to political communication	Routledge		978-0-415-59644-2 (r	2012	
Michels, Robert	Los partidos políticos : un estudio sociológico de las tende	Amorrortu		950-518-023-3	1996	
Moragas Spà, Miquel de	Teorías de la comunicación : investigaciones sobre medios en	Gustavo Gili		84-252-1078-X	1985	
Mosca, Gaetano	La clase política	Fondo de Cultura Económica		968-16-1629-4	1999	
Mouffe, Chantal (1943-)	El retorno de lo político : comunidad, ciudadanía, pluralis	Paidós		84-493-0714-7	1999	
Anderson, Benedict	Comunidades imaginadas : reflexiones sobre el origen y la di	Fondo de Cultura Económica		968-16-3867-0	2006	
Prior, Markus (1974-)	Post-broadcast democracy : how media choice increases inequa	Cambridge University Press		978-0-521-67533-8	2007	
Rey Morató, Javier del	Comunicación, política, internet y campañas electorales : de	Tecnos		978-84-309-4506-1	2008	
Schmitt, Carl (1888-1985)	Catolicismo y forma política	Tecnos		84-309-3485-5	2000	
Semetko, Holli A. 1958-	The Sage handbook of political communication	Sage		978-1-84787-439-9 (c	2012	
Stroud, Natalie Jomini	Niche news : the politics of news choice	Oxford University Press		978-0-19-975551-6 (p	2011	
Thiesse, Anne-Marie	La creazione delle identità nazionali in Europa	IL Mulino		88-15-07871-1	2001	
Weber, Max	El político y el científico	Alianza Editorial		84-206-3964-8	2009	
Álvarez-Peralta, Miguel; Fernández Vázquez, Guillermo and Mazzoli, Lella	La mediación fragmentaria. Mediatización y controversia en la nueva esfera pública. <a href="http://www.cuadernosartesanos.org/2017/cac132.pdf">http://www.cuadernosartesanos.org/2017/cac132.pdf</a>	Ediciones Latina	La Laguna (Tenerife)	978-84-16458-85-1	2017	