

COMUNICACIÓN POLÍTICA Y OPINIÓN PÚBLICA EN AMÉRICA LATINA

1.- Datos de la Asignatura

Código	306286	Plan	M193	ECTS	3
Carácter	Optativo	Curso		Periodicidad	
Área	Ciencia Política y de la Administración				
Departamento	Derecho Público General				
Plataforma Virtual	Plataforma:	Studium			
	URL de Acceso:	https://moodle.usal.es/			

Datos del profesorado

Profesor Coordinador	Patricia Marengi	Grupo / s	
Departamento	Derecho Público General		
Área	Ciencia Política y de la Administración		
Centro	Facultad de Derecho		
Despacho	117 (Facultad de Derecho)		
Horario de tutorías	Se establecerá con los alumnos al inicio del curso.		
URL Web			
E-mail	pmarengi@usal.es	Teléfono	

Repetir análogamente para otros profesores implicados en la docencia

2.- Sentido de la materia en el plan de estudios

Bloque formativo al que pertenece la materia
Papel de la asignatura dentro del Bloque formativo y del Plan de Estudios.
Perfil profesional.

3.- Recomendaciones previas

No son necesarios requisitos previos.

4.- Objetivos de la asignatura

Los estudiantes, al finalizar esta asignatura serán capaces de:

- Conocer los conceptos básicos de comunicación política.
- Comprender y relacionar la comunicación política con las ciencias sociales y, en particular, con las teorías de la comunicación.
- Identificar las principales teorías para el análisis de la relación entre campañas electorales, medios de comunicación y comportamiento político y aplicarlas a los casos de América Latina.
- Comprender el papel de la comunicación de las instituciones políticas en el marco de las democracias latinoamericanas contemporáneas.
- Conocer y comprender los mecanismos mediante los cuales se diseñan las herramientas de comunicación política, tanto históricamente como en la actualidad y su aplicación a diferentes casos.
- Analizar la configuración histórica y contemporánea de los sistemas de medios y su relación con los sistemas políticos en diferentes contextos latinoamericanos.

5.- Contenidos

Teóricos:

- Introducción: teoría de la comunicación, comunicación política, espacio público y opinión pública.
- Comunicación política, medios de comunicación y opinión pública: perspectivas contemporáneas de estudio.
- Comunicación política, campañas electorales y comportamiento político-electoral en América Latina
- La influencia de los medios de comunicación en la formación y desarrollo de la opinión pública.
- La comunicación gubernamental.
- ¿Hacia una nueva comunicación política? La sociedad de la información y las transformaciones de la esfera pública.

Prácticos:

En las clases prácticas se realizarán ejercicios que permitan aplicar los conocimientos teóricos adquiridos y las capacidades necesarias para que los estudiantes puedan desarrollarlos de manera autónoma al término del curso.

Dentro de las clases prácticas se llevarán a cabo visionados de materiales audiovisuales, exposiciones de lecturas y trabajos grupales.

6.- Competencias a adquirir

Se deben relacionar las competencias que se describan con las competencias generales y específicas del título. Se recomienda codificar las competencias (CG xx1, CEyy2, CTzz2) para facilitar las referencias a ellas a lo largo de la guía.

Básicas/Generales.
CB6, CB7, CB9, CB10, CG1, CG3
Específicas.
CE1, CE2, CE3, CE4, CE5, CE6, CE7, CE8, CE9, CE11.
Transversales.

7.- Metodologías docentes

Las sesiones presenciales de la asignatura están divididas en:

Sesión introductoria: presentación de la asignatura y de las dinámicas de trabajo durante el curso.

Sesiones magistrales: clases teóricas orientadas a la revisión y análisis de conceptos y de tendencias de la comunicación política. Se vincularán los contenidos teóricos con las lecturas obligatorias y el trabajo autónomo del estudiante. Las exposiciones se complementarán con material audiovisual, debates, comentarios y reflexiones acerca de los contenidos.

Clases prácticas:

-Presentación oral por parte de los estudiantes de aspectos que amplían las sesiones teóricas. La presentación versará sobre un contenido del temario y en base a una lectura previamente acordada con la profesora.

-Presentación de estudios de caso.

-Prácticas de visualización, especialmente orientadas a analizar casos específicos de campañas electorales, comunicación institucional y gubernamental, comunicación en casos de crisis y nuevas formas de comunicación política

El trabajo no presencial del estudiante incluirá:

Actividades prácticas autónomas y preparación de trabajos:

-Realización de las lecturas específicas de cada tema.

-Preparación de exposiciones sobre las cuestiones teóricas que plantea la asignatura.

-Visionado de materiales audiovisuales complementarios.

Además, dentro de las sesiones no obligatorias, el estudiante contará con:

Atención personalizada del profesor:

-Tutorías. Se resolverán dudas en torno a los contenidos y se orientará a los estudiantes sobre los trabajos individuales y las presentaciones orales.

-Actividades de seguimiento online a través de la plataforma Studium y el correo electrónico.

8.- Previsión de distribución de las metodologías docentes

	Horas dirigidas por el profesor		Horas de trabajo autónomo	HORAS TOTALES
	Horas presenciales.	Horas no presenciales.		
Sesiones magistrales	14		10	22
Prácticas	- En aula	3	3	6
	- En el laboratorio			
	- En aula de informática			
	- De campo			
	- De visualización (visu)	5	5	10
Seminarios				
Exposiciones y debates	8	2	10	22
Tutorías		2		2
Actividades de seguimiento online				
Preparación de trabajos		3	10	13
Otras actividades (detallar)				
Exámenes				
TOTAL	30	7	38	75

9.- Recursos**Libros de consulta para el alumno**

Aruguete, N. y Calvo, E. (2018). Time to #Protest: Selective Exposure, Cascading Activation, and Framing in Social Media. *Journal of Communication*: 1–23.

Cea D'Ancona, Ma. Ángeles (2005). La senda tortuosa de la "calidad" de la encuesta. En *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, nº 111, pp. 75-103.

Canel, María José (2000). *Comunicación política: técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. Madrid: Tecnos.

Conaghan, C. y de la Torre, C. (2008). The Permanent Campaign of Rafael Correa: Making Ecuador's Plebiscitary Presidency. *Press/Politics* vol. 13 (3): 267-284

Crespo, Ismael y del Rey, Javier (2013). *Comunicación política y campañas electorales en América Latina*. Buenos Aires: Biblos / POLITEIA.

D'Adamo, Orlando; García Beaudoux, Virginia y Freidenberg, Flavia (2007). *Medios de comunicación y opinión pública*. Madrid: McGraw-Hill.

D'Adamo, Orlando; García Beaudoux, Virginia y Slavinsky, Gabriel (2005). *Comunicación política y campañas electorales. Estrategias en elecciones presidenciales*. Barcelona: Gedisa.

Fox, Elizabeth y Waisbord, Silvio (eds.) (2002) *Latin Politics, Global Media*. Austin, TX: University of Texas Press.

Guerrero, M., & Márquez-Ramírez, M. (Eds.). (2014). *Media systems and communication policies in Latin America*. Palgrave.

Halling, Daniel y Paolo Mancini (2004). *Comparing Media Systems. Three models of Media and Politics*. Cambridge University Press.

Kitzberger (2022): *Media-Politics Parallelism and Populism/Antipopulism Divides in Latin America: Evidence from Argentina, Political Communication*, DOI:10.1080/10584609.2022.2124334.

Langston, J. y Benton, A. (2009). "A ras de suelo": Apariciones de candidatos y eventos de campaña presidencial en México. *Política y Gobierno*, vol. Temático, pp.135-176.

Lodola, G. y Kitzberger, P. (2017). *Politización y confianza en los medios de comunicación*:

Argentina durante el kirchnerismo. *Revista de Ciencia Política*, vol. 37 (3): 635-658.

Lozano, Juan Carlos (2006) *Political Advertising in Mexico*, en L. L. Kaid y C. Holtz-Bacha (eds.), *The SAGE Handbook of Political Advertising*. Thousand Oaks: Sage. Pp. 259–267.

McCombs, Maxwell (2006). *Estableciendo la agenda*. Barcelona: Paidós.

Monzón Arribas, Cándido (1987). *La opinión pública: teorías, conceptos y métodos*. Madrid: Tecnos.

Monzón, Cándido (1996). *Opinión pública, comunicación y política: la formación del espacio público*. Madrid: Tecnos.

Noelle Neumann, Elisabeth (2010). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Barcelona: Paidós Ibérica.

Price, Vincent (1994). *La opinión pública. Esfera pública y comunicación*. Barcelona: Ediciones Paidós.

Rincón, Omar. (2008) *Los tele-presidentes: Cerca del pueblo, lejos de la democracia*. Bogotá: Centro de Competencia en Comunicación para América Latina.

Rockwell, R. y Janus, N. (2002) *Media Power in Central America*. Urbana, IL: University of Illinois Press.

Rockwell, R. y Janus, N. (2002) 'The Politics of Coercion: Advertising, Media, and State Power in Central America', *Journalism*, 3(3): 331–54.

Sagarzazu, I. y Mouron, F. (2017). *Hugo Chavez's polarizing legacy: chavismo, media, and public opinion in Argentina's domestic politics*. *Revista de Ciencia Política*, vol. 37 (1): 147-175.

Salzman, Ryan (2015). *News Media Consumption and Political Behavior in Latin America*, in: *Journal of Politics in Latin America*, vol. 7 (2): 71–98.

Waisbord, S. (1995): *El gran desfile. Campañas electorales y medios de comunicación en la Argentina*. Buenos Aires: Sudamericana.

Waisbord, S. (2013): *Vox Populista. Medios, periodismo y democracia*. Buenos Aires: GEDISA.

Waisbord, S. y Amado, A. (2017). *Populist communication by digital means: presidential Twitter in Latin America*. *Information, Communication & Society*. DOI: 10.1080/1369118X.2017.1328521.

Wolf, Mauro (1996). *La investigación de la comunicación de masas. Críticas y perspectivas*. México: Ed. Paidós.

Wallis, D. (2004) *The Media and Democratic Change in Mexico*. *Parliamentary Affairs*, 57(1): 118–30

Wolton, Dominique (1995) *La comunicación política; construcción de un modelo*, en Ferry, J.; Wolton, D. y otros, *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa.

Otras referencias bibliográficas, electrónicas o cualquier otro tipo de recurso.

10.- Evaluación

Las pruebas de evaluación que se diseñen deben evaluar si se han adquirido las competencias descritas, por ello, es recomendable que al describir las pruebas se indiquen las competencias y resultados de aprendizaje que se evalúan.

Consideraciones Generales

La evaluación de la asignatura implica superar los objetivos y adquirir las competencias especificadas en los anteriores apartados.

El estudiante deberá conocer y comprender los contenidos teóricos y empíricos propuestos en el temario y ser capaz de aplicarlos a casos concretos. Además de la superación de cada uno de los instrumentos de evaluación especificados, se valorará el trabajo autónomo

continuado, la activa participación en clase y el cumplimiento de los plazos.
Criterios de evaluación
Implicación del estudiante en el proceso de aprendizaje. Capacidad de razonamiento abstracto. Capacidad de exposición, relación y argumentación. Capacidad de análisis crítico. Conocimientos teóricos y prácticos de los contenidos del curso. Para poder superar la asignatura es obligatoria, como mínimo, la asistencia a un 80% de las sesiones presenciales, la participación activa en las sesiones, la exposición en clase de un contenido del temario con base en una lectura acordada previamente con la profesora y la entrega en plazo del trabajo sobre dicha presentación. Si hubiera una causa debidamente justificada para las inasistencias, será posible compensarlas mediante el acuerdo previo con la profesora.
Instrumentos de evaluación
Se utilizarán los siguientes instrumentos de evaluación: Participación en las sesiones presenciales y prácticas de visualización y ejercicios (20%) Comentarios de lecturas (25%) Presentación de un contenido del temario y entrega del trabajo correspondiente (20%) Trabajo final (35%)
Recomendaciones para la evaluación.
Seguimiento constante de los contenidos y lecturas recomendadas para cada sesión. Participación en clase (es obligatorio participar en todas las actividades prácticas desarrolladas durante el curso para poder superar la asignatura). No se aceptarán trabajos entregados después de las fechas señaladas por el profesor. Se recomienda a los estudiantes utilizar las tutorías para resolver dudas.
Recomendaciones para la recuperación.
En el caso de que el estudiante no alcance la calificación mínima, el profesor realizará recomendaciones individuales según la situación específica de cada alumno/a. Media