

POLÍTICA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN PERSPECTIVA COMPARADA

Curso 2009/2010

(Código: 29901124)

1. PRESENTACIÓN

Los medios de comunicación de masas tienen una poderosa influencia sobre la política. Configuran las percepciones del mundo político de las gentes. Son particularmente importantes durante los periodos de cambio político rápido, en las crisis, en las elecciones y en tiempos de guerra y de violencia política. Este curso intenta dar una perspectiva general sobre las complejas relaciones entre la política y los medios de comunicación con una perspectiva comparada en el mundo contemporáneo.

2. CONTEXTUALIZACIÓN

Los medios de comunicación disponibles para las personas en un momento y lugar determinados se han incrementado extraordinariamente en los últimos años en función del desarrollo tecnológico. En la década de los años treinta del pasado siglo comenzó la presencia de la radio en los hogares, luego siguió la televisión, ahora llega Internet. En el último decenio el sector de los medios y las comunicaciones se ha modificado de manera fundamental con mucha rapidez produciendo un entorno de medios en el que cada vez se amplían más las posibilidades de elección de los ciudadanos:

- Ahora las técnicas de digitalización posibilitan que el mismo contenido pueda distribuirse por distintas redes, de modo que diversos medios como los periódicos, la radio, la televisión y el teléfono están acercándose cada vez más a lo que se ha descrito como la *convergencia digital*.

- Esos contenidos son susceptibles de utilizarse paulatinamente en *múltiples medios (multimedia)* porque pueden ser reeditados, reutilizados y copiados a costes insignificantes.

- Estos contenidos pueden transmitirse ahora por diferentes redes (cable, fibra óptica, satélite...) y recibirse en varias plataformas como computadores personales, teléfonos celulares, consolas o aparatos de televisión.

Las pautas de consumo de información y entretenimiento están cambiando gradualmente y las estructuras empresariales tradicionales afrontan retos considerables. La industria de los medios ha seguido un proceso de concentración a ambos lados del Atlántico, aunque en los Estados Unidos predomina la propiedad privada de los medios mientras que en Europa suele haber al menos una red de radio y/o televisión con financiación pública. La lógica y la legitimidad de la reglamentación del mercado de los medios de comunicación se cuestionan en la actualidad, por ejemplo porque el espectro radioeléctrico ya no es un recurso escaso y el número de canales y de contenidos disponibles se han multiplicado, y se reivindica la ley de la competencia.

De una parte, la cantidad de informativos, la prolongación de las campañas electorales y el aumento de la publicidad política sugieren que la señal emitida por los políticos y las campañas electorales ha visto incrementada su intensidad. Pero al mismo tiempo han aumentado las alternativas: las películas, las series humorísticas o dramáticas, los deportes y el entretenimiento en general. El ruido es más alto y molesto. Los cambios en los medios disponibles afectan a quién sigue las noticias, quién aprende sobre la política y quién vota, afectan a la distribución del poder político en una democracia.



La fragmentación y la especialización de la audiencia tienen consecuencias políticas. La política mediatizada significa que la comunicación a través de los medios se ha convertido en algo fundamental para la política y la vida pública en las democracias contemporáneas. Las características tradicionales de la política persisten. Sin embargo, muchos sistemas de gobierno han llegado a un punto donde la gobernación no podría ocurrir en sus formas actuales sin los variados usos de los medios de comunicación, al igual que un conjunto de procesos relacionados como la formación de opinión y las campañas electorales.

3. REQUISITOS PREVIOS RECOMENDABLES

No se requieren estudios previos pero sí es imprescindible la lectura fluida de textos en inglés para poder realizar el curso.

4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Al final del curso los estudiantes se habrán familiarizado con:

- El lugar de los medios de comunicación en las democracias contemporáneas.
- Las reglamentaciones legales e informales que afectan a la propiedad de los medios de comunicación, sus efectos y el control de su poder.
- Las teorías sobre el papel, el poder y las capacidades de influencia de los medios de comunicación en la esfera política.
- Los intentos políticos de controlar el poder de los medios y de orientar las políticas públicas empleándolos para impulsar opiniones, dominar los contenidos y atraer una cobertura favorable.
- Cómo analizar, pensar y hablar sobre la política y los medios de comunicación de una manera crítica e informada.

5. CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

Se analizan primero diversas concepciones sobre la democracia y el lugar que en ella ocupa la circulación de la información a través de los medios de comunicación y las especiales características del reglamentado mercado de las ideas. Se estudia luego la interrelación entre ciudadanos, políticos y periodistas en la mediatizada política contemporánea. Se presenta en tercer lugar, el papel de las noticias en la configuración de la opinión pública, las distintas formas en que los medios de comunicación ejercen su influencia y cuáles son sus efectos. En la cuarta unidad didáctica se examinan las campañas electorales a través de los medios en un doble aspecto, el de las estrategias de los candidatos y el de los efectos que tienen en la votación.

La segunda parte de la asignatura se dedica a los análisis comparados sobre las relaciones entre los medios y la política en general y al examen de tres casos concretos: el modelo liberal (Estados Unidos); el modelo corporativo democrático (Alemania); el modelo pluralista polarizado (España).

El objetivo general del curso consiste en que los estudiantes sean capaces de evaluar críticamente los contenidos políticos transmitidos por los medios de comunicación y de desarrollar sus propios proyectos de investigación comparativa, por ejemplo, para la realización de una Tesis Doctoral.

Bloques temáticos



1. Democracia y medios de comunicación.
2. Medios y política en perspectiva teórica.
3. Las noticias y la opinión pública.
4. Las campañas electorales a través de los medios: estrategias y votación.
5. Sistemas de medios y política comparados.
6. El modelo liberal: Estados Unidos.
7. El modelo corporativo democrático: Alemania.
8. El modelo pluralista polarizado: España.

6.EQUIPO DOCENTE

DATOS NO DISPONIBLES POR OBSOLESCENCIA

7.METODOLOGÍA

Esta asignatura ha sido diseñada según la modalidad de enseñanza a distancia. El estudiante cuenta con el material necesario para afrontar el estudio de manera autónoma. Después de la sesión de presentación a comienzo de curso el alumno desarrollará su labor y la preparación de la asignatura conjuntamente con el profesor, que tratará de resolver todas las cuestiones que susciten los materiales didácticos.

Plan de trabajo

La mayor parte de las lecturas es en inglés por lo que resulta imprescindible leer con fluidez en esta lengua pues si no es así resultaría una tarea ímproba. Es muy conveniente que el estudiante planifique su carga de estudio para el conjunto de asignaturas en las que está matriculado, reservando una parte del tiempo a la preparación específica para el examen final.

Para éste el alumno deberá realizar un examen de dos horas al mismo tiempo que se celebran los demás exámenes de la UNED durante la convocatoria de junio. Sólo hay un examen final en junio así como la posible recuperación en septiembre, en caso de suspender el examen de junio. El examen consistirá en dos preguntas a desarrollar en 2 horas. Las preguntas se corresponden básicamente con los temas del curso y se basan en las lecturas obligatorias. Se trata de demostrar que se han leído, estudiado y comprendido críticamente las lecturas obligatorias.

8.BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Comentarios y anexos:

1. Democracia y medios de comunicación
 - Pippa Norris 2000: *A Virtuous Circle. Political Communication in Postindustrial Societies*. Nueva York, Cambridge University Press: 3-21.
 - Giovanni Sartori 1987: *Teoría de la democracia. 1. El debate contemporáneo*. Madrid, Alianza: 116-166.



- Benjamin I. Page 1996: *Who Deliberates? Mass Media in Modern Democracy*. Chicago, University of Chicago Press: 1-16.

2. Medios y política en perspectiva teórica

- Walter Lippmann 2003 [1922]: *La opinión pública*. San Lorenzo de El Escorial, Langre: 259-288.

- Bernard Manin 1998: *Los principios del gobierno representativo*. Madrid, Alianza Editorial: capítulo 6, "Las metamorfosis del gobierno representativo".

- John Zaller (n.d.): *A Theory of Media Politics. How the Interests of Politicians, Journalists, and Citizens Shape the News*. (Manuscrito sin publicar), capítulo 1: "The New Game in Town": 1_1-1_16. (<http://www.sscnet.ucla.edu/polisci/faculty/zaller/media%20politics%20book%20.pdf>)

3. Las noticias y la opinión pública.

- Shanto Iyengar, Jennifer A. McGrady 2007: *Media Politics. A Citizen's Guide*. Nueva York, Norton: 197-236.

4. Las campañas electorales a través de los medios: estrategias y votación.

- Shanto Iyengar, Jennifer A. McGrady 2007: *Media Politics. A Citizen's Guide*. Nueva York, Norton: 127-166 y 237-268.

5. Sistemas de medios y política comparados.

- Daniel C. Hallin, Paolo Manzini 2008: *Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona, Hacer: Parte I. Conceptos y modelos. Capítulo 1. La comparación de los sistemas mediáticos. Capítulo 2. El contexto político de los sistemas mediáticos. Capítulo 3. Los sistemas políticos y mediáticos y la cuestión de la diferenciación.

6. El modelo liberal: Estados Unidos.

- Daniel C. Hallin, Paolo Manzini 2008: *Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona, Hacer: Capítulo 7. El modelo noratlántico o liberal.

7. El modelo corporativo democrático: Alemania.

- Daniel C. Hallin, Paolo Manzini 2004: *Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona, Hacer: Capítulo 6. El modelo del norte y centro de Europa o corporativo democrático.

8. El modelo pluralista polarizado: España.

- Daniel C. Hallin, Paolo Manzini 2004: *Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona, Hacer: Capítulo 5. El modelo mediterráneo o pluralista polarizado.

- Juan Jesús González 2007: "Los medios en la democracia avanzada ¿Hacia una democracia de audiencia?", en Juan Jesús González, Miguel Requena (Comps.) *Tres décadas de cambio social en España*. Madrid, Alianza Editorial, segunda edición: 345-381.

9. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Comentarios y anexos:

1. Democracia y medios de comunicación.

- C. Edwin Baker 2001: *Media, Markets, and Democracy*. Cambridge University Press.

2. Medios y política en perspectiva teórica.



- Gabriel Colomé 1994: *Política y medios de comunicación: una aproximación teórica*. Barcelona, ICPS.
 - Sarah Oates 2008: *Introduction to Media and Politics*. Londres, Sage.
3. Las noticias y la opinión pública.
- John Zaller 1992: *The Nature and Origins of Mass Opinion*. Nueva York, Cambridge University Press.
4. Las campañas electorales a través de los medios: estrategias y votación.
- Samuel L. Popkin 1994: *The Reasoning Voter. Communication and Persuasion in Presidential Campaigns*. Chicago, The University of Chicago Press.
5. Sistemas de medios y política comparados.
- Daniel C. Hallin, Paolo Manzini 2004: "Americanization, Globalization and ecularization: Understanding the Convergence of Media Systems and Plitical Communication in the U.S. and Western Europe", en Frank Esser, Barbara Pfetsch (Comps.) *Comparing Political Communication: Theories, Cases, and Challenges*. Nueva York, Cambridge University Press.
 - Alison Harcourt 2006: *The European Union and Regulation of Media Markets*. Manchester, Manchester University Press.
 - Denis McQuail, Mary Kelly, Gianpietro Mazzoleni, (Comps.) 2006: *The Media in Europe*. Londres, Sage.
6. El modelo liberal: Estados Unidos.
- Markus Prior 2007: *Post-Broadcast Democracy. How Media Choice Increases Inequality in Political Involvement and Polarizes Elections*. Nueva York, Cambridge University Press.
 - John Zaller (n.d.): *A Theory of Media Politics. How the Interests of Politicians, Journalists, and Citizens Shape the News*. (Manuscrito sin publicar), (<http://www.sscnet.ucla.edu/polisci/faculty/zaller/media%20politics%20book%20.pdf>)
7. El modelo corporativo democrático: Alemania.
- Peter J Humphreys 1994: *Media and Media Policy in Germany: The Press and Broadcasting since 1945*. Oxford, Berg Publishers.
8. El modelo pluralista polarizado: España.
- Bernardo Díaz-Nosty 2005: *El déficit mediático. Donde España no converge con Europa*. Barcelona, Bosch.
 - Richard Gunther, José Ramón Montero, José Ignacio Wert 1999: *The Media and Politics in Spain: From Dictatorship to Democracy*. Barcelona, ICPS.
 - Juan Jesús González, Fermín Bouza 2009: *Las razones del voto en la España democrática, 1977-2008*. Madrid, Los libros de la catarata.

10.RECURSOS DE APOYO AL ESTUDIO

Vínculos de Internet a instituciones de estudio y websites sobre política y medios de comunicación

- Asociación de comunicación política: <http://www.compolitica.com/>
- Centro de Investigaciones Sociológicas, Presidencia del Gobierno: <http://www.cis.es/cis/opencms/ES/index.html>
- Centro de Estudios de Opinión, Generalidad de Cataluña: <http://www.gencat.cat/economia/ceo/ceo.html>



-
- Euskobarómetro: http://www.ehu.es/cpvweb/pags_directas/euskobarometroFR.html
-
- The Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy, John F. Kennedy School of Government, Harvard University: <http://www.hks.harvard.edu/presspol/>
-
- The Pew Research Center for The People & The Press: <http://people-press.org/>
-
- The Project for Excellence in Journalism: <http://journalism.org/>
-
- Political Communication Lab, Stanford University: <http://pcl.stanford.edu/>

11.TUTORIZACIÓN Y SEGUIMIENTO

La tutoría de la asignatura se realizará a través del curso virtual, el correo electrónico y las consultas telefónicas. El estudiante deberá seguir el calendario de actividades propuesto y planificar su actividad para la realización examen final de curso. Es imprescindible concertar una cita previa con el profesor para cualquier reunión presencial relacionada con la asignatura.

Dado que es una asignatura de 6 créditos ECTS de carácter teórico, el estudiante va a tener que adquirir los conocimientos teóricos propuestos. La distribución de la carga se estima de la siguiente forma:

<!--[if !supportLists]--> <!--[endif]-->Lectura y estudio de textos básicos obligatorios: 4,8 ECTS (120 h.)

<!--[if !supportLists]--> <!--[endif]-->Preparación del examen: 1,2 ECTS (30 h.)

Créditos totales: 6 ECTS (150 h.) Cada crédito se computa como 25 horas de trabajo.

Nombre profesor: José A. Olmeda

Departamento: Ciencia Política y de la Administración

Despacho: 5.10

Horario de tutoría: Lunes de 10 a 14 horas y de 16 a 20 horas

Teléfono: 34 91 398 70 30

Email: jolmeda@poli.uned.es

12.EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Evaluación presencial: el equipo docente ha determinado la realización de un examen en el Centro Asociado, coincidiendo con la Segunda Prueba Ordinaria de exámenes de la UNED.

Sólo hay un examen final en junio así como la posible recuperación en septiembre, en caso de suspender el examen de junio. El examen consistirá en dos preguntas a desarrollar en 2 horas. Las preguntas se corresponden básicamente con los temas del curso y se basan en las lecturas obligatorias. Se trata de demostrar que se han leído, estudiado y comprendido críticamente las lecturas obligatorias.

En este examen, pueden plantearse preguntas del tipo:

<!--[if !supportLists]-->a) <!--[endif]-->Comentar algún texto relativo a la asignatura.

<!--[if !supportLists]-->b) <!--[endif]-->Formalizar o diseñar un estudio comparativo de un caso de política y medios de comunicación, justificando su uso



<!--[if !supportLists-->c) <!--[endif-->Establecer una selección de casos adecuada a una pregunta de investigación dada sobre política y medios de comunicación.

<!--[if !supportLists-->d) <!--[endif-->Y otras posibilidades.

Los criterios para la evaluación del examen son:

<!--[if !supportLists-->

- 8 a 10: Capacidad de utilizar críticamente todo lo estudiado sobre política y medios de comunicación y de aplicarlo a las diferentes preguntas del examen.
- 7 a 7,9: Capacidad de manejar algunos conceptos y enfoques propuestos y aplicarlos a las diferentes preguntas del examen
- <!--[if !supportLists-->5 a 6,9: Capacidad de comprender algunos conceptos pero incapacidad de aplicarlos a las diferentes preguntas del examen.
- 0 a 4,9: El alumno es incapaz de manejar los principales conceptos o aplicarlos a las diferentes preguntas del examen.

<!--[if !supportLists-->

13.COLABORADORES DOCENTES

Véase equipo docente.

