

# COMUNICACIÓN POLÍTICA EN LAS DEMOCRACIAS

Curso 2012/2013

(Código: 2990111-)

## 1. PRESENTACIÓN

Se trata de alcanzar un conocimiento cabal de la importancia de la comunicación en el proceso democrático contemporáneo, cuenta habida de que las democracias son regímenes de opinión en los que los medios de comunicación son elementos decisivos, dando especial relevancia a los asuntos más dinámicos propios de estos medios. Se indagará en qué medida condiciona a los medios la existencia de la democracia y, a la inversa, en qué medida está la democracia condicionada por los medios. Y, dentro de estos, los audiovisuales. Especial importancia se dedicará a internet.-

## 2. CONTEXTUALIZACIÓN

Se estudia la táctica y la estrategia de la comunicación política electoral, de partidos e institucional, así como el marketing político con especial referencia a los medios en la red ya que internet está condicionando cada vez más el proceso político de lo que ya se llama "ciberdemocracia" con fenómenos tales como el "gobierno electrónico" y la "ciberpolítica". Hay tres órdenes contextuales, de menor a mayor: a) la política española; b) la de la Unión Europea; c) la global.

## 3. REQUISITOS PREVIOS RECOMENDABLES

Son convenientes conocimientos básicos de teoría de la democracia y de teoría general de la comunicación. Es esencial el dominio del inglés leído. Lo más importante de nuestra materia está escrito en esa lengua.

## 4. RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Capacidad de análisis de textos y de los mecanismos comunicativos. Evaluación de las tácticas comunicativas en campañas electorales y difusión de los logros de los distintos niveles de las administraciones y las instituciones. Familiarización con los mecanismos de comunicación en internet, redes sociales y ciberpolítica.

## 5. CONTENIDOS DE LA ASIGNATURA

El curso consta de tres bloques:

1. Estrategias de comunicación política.



Teoría general de la comunicación.- Comunicación e información.- Los efectos de la comunicación política.- La comunicación y los medios.- La comunicación estratégica.- Las organizaciones.- La complejidad.- La condición postmoderna.- Los marcos del juego democrático.-

## 2. La comunicación política democrática.

El nuevo espacio público y la irrealidad de los medios de comunicación.- Publicidad, espacio público y democracia.- Las amenazas al espacio público.- La democracia centrada en los medios y los cambios en los partidos políticos y en el gobierno.- Pluralismo y medios de comunicación audiovisuales.

## 3ª Parte. La comunicación política en la era de internet..

El "Ciberespacio", reencarnación de la democracia participativa.- Internet como nuevo espacio para la participación.- Usos políticos alternativos de internet.- Autorregulación voluntaria.- Vínculos e hipervínculos.- El gobierno técnico de Internet.- Libertad, Internet y poderes públicos.- Nuevas formas de comunicación: códigos, redes, relaciones sociales. Nuevos actores y nueva racionalidad.-.-

## 6.EQUIPO DOCENTE

- [RAMON COTARELO GARCIA](#)

## 7.METODOLOGÍA

Se requiere que los alumnos se pongan en comunicación con el profesor por correo electrónico ([rcotarelo@poli.uned.es](mailto:rcotarelo@poli.uned.es) y [cotarelor@gmail.com](mailto:cotarelor@gmail.com)) desde el comienzo del curso. Este aspecto es esencial e inexcusable..

El curso funcionará con un contacto permanente con un foro en internet (un blog) en el que el profesor explicará el objetivo de cada parte del curso y dará las orientaciones pertinentes sobre enfoques y temas. Se espera que los/as alumnos/as se den de alta en el blog e interactúen en él. Igualmente que lo administren, suban entradas e incorporen ilustraciones, vídeos, etc. Y haya debates. Aquellos/as que no estén muy duchos/as en estas cuestiones, no se preocupen porque irán aprendiendo en el curso. La finalidad es que, al final de éste, cada alumno/a abra su propio blog, si quiere.

Los/as alumnos/as deben asimismo realizar las lecturas obligatorias y presentar dos trabajos de 1000 palabras en los dos primeros trimestres sobre temas que se propondrán en el blog o temas libres previamente pactados con el profesor, con la bibliografía del trimestre y otra libre. Esos trabajos se subirán al blog como entradas. Excepcionalmente se permitirá que alguien lo envíe al profesor por correo electrónico; pero sólo por razones de fuerza mayor. Los trabajos serán devueltos por e-mail a los/as interesados/as con las observaciones pertinentes y la calificación. Serán dos evaluaciones parciales que equivaldrán al 50 por ciento de la calificación final.

Por último se entregará un trabajo al final de curso de unas 5000 palabras que sea como un proyecto de investigación, consistente en un análisis de texto, un estudio empírico de comunicación o un modelo propuesto. La nota equivaldrá al 50 por ciento restante de la calificación.

Todos los trabajos deben hacerse en formato word, lo que quiere decir que la cantidad de palabras debe respetarse porque para eso pueden contarse con facilidad. Recuérdese que 1000 palabras pueden ser de 900 a 1100; pero nada más. Los trabajos por debajo de 900 o por encima de 1100 palabras se devolverán a los/as autores/as para que los hagan bien. Las bibliografías no cuentan en el cómputo. Lo mismo para el trabajo final. 5000 palabras quiere decir entre 4.500 y 5.000. Todo lo que venga por debajo de 4.500 o por encima de 5.000 se devolverá para corrección.

## 8.BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Comentarios y anexos:



## Bibliografía básica:

### Primer bloque.-

Mazzoleni, Gianpietro (2010) *La comunicación política*. Madrid: Alianza. Capítulo 1º (págs. 17-50)

Pérez González, R. A. (2001) *Estrategias de comunicación*, Barcelona, Ariel. (Caps. 14 y 18; págs. 449-472 y 581-611).

Veyrat Rigat, M. (2001) "Teoría general de la comunicació", en A. López y M. Pruñonosa (eds.) *Fonaments de la comunicació*. (Págs. 15-41).

### Segundo bloque.-

Manin, Bernard (1998), "Metamorfosis del gobierno representativo. Parlamentarismo, democracia de partidos, democracia de audiencia", en Bernard Manin, *Los principios del gobierno representativo*. Madrid: Alianza.

Ortega, Félix (2011) *La política mediatizada*. Madrid: Alianza (Cap. V. pp 139-166.

Innerarity, Daniel (2006), *El nuevo espacio público*, Madrid, Espasa. (Cap. 3, págs. 79-93)

### Tercer bloque.-

Almirón, N. y Josep Manuel Jarque (2008) *El mito digital. Discursos hegemónicos sobre internet y periodismo*, Barcelona, Anthropos. (Cap 4; págs. 105-154)

Martín Cubas, Joaquín (2001) *Democracia e internet*. Valencia, UNED, (Cap. III, págs. 119-188)

Cotarelo, Ramón (2010) "Internet y la política", en Ramón Cotarelo *La política en la era de internet*. Valencia: Tirant lo Blanch.

Sampedro, Víctor, Óscar G. Luengo y Ariel Jerez (2008) "La campaña televisiva: agendas y alineamientos electorales en las emisoras", en Sampedro Blanco, Víctor (Coord.) *Medios y elecciones 2004*, Editorial Universitaria Ramón Areces, Madrid, (págs. 69-95)

## 9. BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

### Comentarios y anexos:

Rosanvallon, Pierre (2010) *La legitimidad democrática*. Barcelona: Paidós.

Gonzalez, Juan Jesús y Fermín Bouza (2009), *Las razones del voto en la España democrática, 1977-2008*, Madrid, Ediciones de la catarata.

Montero, José Ramón, et al. (2008), *Elecciones generales, 2004*, Madrid, CIS.



Swanson, David L. (1995) "El campo de la comunicación política: la democracia centrada en los medios" en Muñoz-Alonso, Alejandro y Juan Ignacio Rospir, *Comunicación política*, Madrid, Universitas. (Págs. 3-24).

Vallespín, Fernando (2003), "Un Nuevo espacio público: la democracia mediática", en Arteta, Aurelio, Elena García Guitián y Ramón Máiz, *Teoría política: poder, moral, democracia*, Madrid, Alianza. (Págs. 462-477).

## 10.RECURSOS DE APOYO AL ESTUDIO

### Blogs

<http://comunicacionpolitica.blogspot.com/>

<http://www.k-government.com/>

<http://www.marketingpolitico.org/lacampanaencunas.php?id=6&vr=St>

### Documentación

<http://www.rppnet.com.ar/comunicacionpolitica.htm>

<http://www.monografias.com/trabajos15/comunicacion-politica/comunicacion-politica.shtml>

<http://www.datastrategia.com/>

<http://www.gobiernoelectronico.org/>

<http://e-lecciones.net/?error=404>

<http://ehu.es/zer/zer1/3artrey.htm>

### En otras lenguas

<http://doc-lep.univ-lyon2.fr/Ressources/Documents/Enseignements/Cours/ComPolitique/>

<http://www.uiowa.edu/~commstud/resources/polcomm.html>

<http://technorati.com/tag/comunicaci%C3%B3n-pol%C3%ADtica>

<http://pcl.stanford.edu/>

<http://depts.washington.edu/bennett/>

<http://www.wfu.edu/~louden/Political%20Communication/poltitle.html>



## 11.TUTORIZACIÓN Y SEGUIMIENTO

Ya está explicado en el apartado de Metodología. Hay seguimiento y tutorización permanentes en internet.

## 12.EVALUACIÓN DE LOS APRENDIZAJES

Los dos trabajos parciales cuentan por el 50 por ciento de la nota. El trabajo final, por el otro 50 por ciento.

## 13.COLABORADORES DOCENTES

Véase equipo docente.

