

**FITXA IDENTIFICATIVA****DADES DE L'ASSIGNATURA**

**Codi:** 44891  
**Nom:** Mitjans de Comunicació i Opinió Pública  
**Cicle:** Màster Universitari Oficial  
**Crèdits ECTS:** 6  
**Curs acadèmic:** 2025-26

**TITULACIONS**

Titulació	Centre	Curs	Període
2239 - M.U. en Nous Periodismes, Comunicació Política i Societat del Coneixement	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	1	Primer quadrimestre

**MATÈRIES**

Titulació	Matèria	Caràcter
2239 - M.U. en Nous Periodismes, Comunicació Política i Societat del Coneixement	Medios de comunicación y opinión pública	OBLIGATÒRIA

**COORDINACIÓ**

MARTINEZ GALLEGO FRANCISCO ANDRES

**RESUM**

Aquesta matèria pretén endinsar l'estudiantat en les transformacions experimentades pel concepte d'opinió pública en societats liberal-democràtiques, altament mediatitzades pels mitjans de comunicació de masses i per les xarxes de comunicació digitals. Als grans problemes vinculats a la formació de l'opinió pública en sistemes polítics liberal-democràtics plantejats per Lippmann, Dewey, Noelle-Neumann, Mills, Ginsberg i altres, s'uneixen en l'actualitat els propis del que Bernard Manin ha anomenat una democràcia d'audiència, és a dir, l'existència d'uns sistemes democràtics altament mediatitzats pels mitjans de comunicació i per l'adaptació del missatge polític, les formes de lideratge i la comunicació política a les rutines d'aquests mitjans. A més d'una introducció general a l'assumpte, on es contemplarà la relació entre opinió pública i mitjans de comunicació a través de les enquestes d'opinió i les xarxes socials, el mòdul estableix tres àmbits de desenvolupament del tema. En primer lloc, el vincle canviant entre lideratge politicoideològic i democràcia. Ací s'estudiaran des dels models sociològics de lideratge establits per Weber a les noves formes de lideratge pròpies de la societat de l'espectacle. En segon lloc, la relació històrica entre mitjans de comunicació i política establirà la tipologia i intensitat dels mitjans utilitzats al llarg de la història per a seduir als governats, així com la teatrocrazia del poder i la relació entre comunicació, poder i memòria (oficial). En tercer lloc, i tenint en compte que en la societat del coneixement i en la democràcia d'audiències, les assumptes vinculats a la ciència (p.e. el canvi climàtic) i a la tecnologia resulten apressants, s'estudiaran els vincles entre els poders públics, els experts, els mediadors i els públics en la transmissió de sabers de naturalesa científica o tecnològica. En conjunt, es pretén aprofundir



sobre les formes de creació d'opinió pública en societats altament mediatitzades per la comunicació masmediàtica i digital.

'opinió pública en societats altament mediatitzades per la comunicació masmediàtica i digital.

## CONEXEMENTS PREVIS

### RELACIÓ AMB ALTRES ASSIGNATURES DE LA MATEIXA TITULACIÓ

No s'ha especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

### ALTRES TIPUS DE REQUISITS

## COMPETÈNCIES / RESULTATS D' APRENENTATGE

-

Aconseguir capacitat organitzativa i relacional per a integrar el treball i les capacitats personals en el treball col·lectiu desenvolupat en equip, fins i tot en entorns d'acompliment caracteritzats per la multidisciplinarietat.

Capacitat per a diferenciar i discutir les formes de transmissió a la ciutadania de les polítiques públiques de tota mena des de les institucions.

Capacitat per a escometre l'anàlisi de grans masses de dades, d'enquestes d'opinió i/o de mesuraments de naturalesa comunicativa (com les d'audiència, etc.) en processos de naturalesa social, política i cultural.

Comprensió diferenciada de la comunicació informativa i de la comunicació persuasiva, tant dins de les organitzacions com en la relació entre aquestes, la societat i les seves comunitats polítiques.

Coneixement de la relació històrica i present entre l'opinió pública i els mitjans de comunicació social, en atenció a contextos socials i polítics diferents, així com a la implantació de la societat del coneixement i a la rellevància en ella de les TIC.

Desenvolupar la sensibilitat pel treball realitzat amb rigor, compromís i èmfasi en correspondència amb els altres, a través del llenguatge inclusiu, no sexista i no discriminatori.

Que els estudiants posseïsquen les habilitats d'aprenentatge que els permeten continuar estudiant d'una forma que haurà de ser en gran manera autòdirigida o autònoma.

Que els estudiants sàpiguen aplicar els coneixements adquirits i la seua capacitat de resolució de problemes en entorns nous o poc coneguts dins de contextos més amplis (o multidisciplinaris) relacionats amb la seua àrea d'estudi.

Respectar i promocionar els drets fonamentals, la igualtat d'oportunitats i la no discriminació per raons econòmiques o ètniques, per l'opció sexual o per les creences..

Respectar i promocionar els principis d'igualtat entre homes i dones, d'accessibilitat universal de les persones amb diversitat funcional, així com els valors democràtics, la cultura de la pau i de la sostenibilitat.



Ser capaç de fer treballs d'ordre teòric en el camp específic de la comunicació i el periodisme.

Ser capaz de realizar trabajos prácticos, adaptados a entornos comunicacionales reales, con especificidad en los campos de la comunicación política y/o de las nuevas especializaciones periodísticas, aplicando los conocimientos, las capacidades y las habilidades adquiridas.

Ser capaz de vincular las tradiciones informativas y las tradiciones políticas en las democracias contemporáneas, pero también en sistemas políticos de otra naturaleza, para definir los campos de la opinión pública, la acción comunicativa o la acción social.

## DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

### 1. Mitjans de comunicació, opinió pública i democràcia d'audiències

Partint de la definició realitzada per Bernard Manin sobre la denominada com a democràcia d'audiència, caracteritzada per l'augment interrelació entre el sistema polític democràtic i el model de les audiències dels mitjans massius de comunicació (especialment de la televisió), s'establirà com ha anat alterant-se la relació entre sistemes polítics democràtics i opinió pública, quin paper han jugat els mitjans de comunicació de masses en aquesta interacció i quin paper estan jugant en l'actualitat les xarxes socials. L'opinió pública no es contemplarà a través d'una definició normativa, sinó a través de les pautes històriques que han anat determinat les seues maneres de configuració i el seu paper en els règims polítics

### 2. Periodisme, lideratge i ideologies

Què és el lideratge i quants tipus de lideratge existeixen? Com s'ha vist alterada la naturalesa del lideratge al llarg de la història? Com és el lideratge en societats democràtiques d'audiència? Es pretén respondre a aquestes qüestions partint de les definicions clàssiques de Weber sobre les formes i tipologies del lideratge, apel·lant a la tradició política sobre el carisma (cabdillatge, populisme, etc.), per a arribar a les formes en les quals els polítics i el poder polític utilitzen en l'actualitat tant els mitjans de comunicació de masses convencionals com les xarxes socials, a la cerca d'estructura una imatge pública i un lideratge públic. Es posarà una especial emfasi a dotar d'un marc, el de la societat de l'espectacle (Debord, Schwartzberg, Postman, etc.), a les relacions entre lideratge, política i formes de comunicació en les societats actuals.

Aquesta unitat temàtica té per objecte exposar com l'explosió \*tecnocomunicacional dels segles XIX, XX i XXI ha anat modificant (juntament amb altres variables) la manera de construir el discurs polític davant els públics. Des de la tipologia dels mitjans a les formes de visibilitat de la política han variat substancialment i només poden entendre's històricament. Hui no és necessari compartir un mateix espai perquè la visibilitat s'establisca com a fet cert. No obstant això, com afirma Thompson, la moderna visibilitat mediata és una arma de doble tall: d'una banda, la política aprofita els mitjans i s'adapta al seu llenguatge per a construir



### 3. Periodisme i política: història d'una relació

vincles emocionals amb les audiències, però, per un altre, queden exposats en nous perills. Els continguts de la unitat establiran, de manera diacrònica, com ha anat variant amb el temps la visibilitat política, així com les formes de relació dels poders públics, dels governants i dels aspirants a ser-ho amb els governats..

### 4. Periodisme i avanços socio-científics i tecnològics

Aquesta unitat temàtica s'ocupa d'estudiar els vincles entre els poders públics, els experts, els mediadors i els públics en la transmissió de sabers de naturalesa científica o tecnològica. En les actuals societats del coneixement, la divulgació científica i tecnològica ja no recau en el compte de resultats d'aquelles persones que per curiositat formativa s'interessen per assumptes de l'alta cultura; en realitat, s'ha convertit en un lloc comú del qual es parla en tot tipus de formats informatius, independentment del seu suport. Però, amb propietat? a través del mediador adequat? amb un llenguatge comprensible? La divulgació científica i tecnològica és, a més, un assumpte crucial per a la presa de decisions de naturalesa política en les societats del tercer mil·lenni, ja que la comprensió dels problemes més apressants de la humanitat (des de l'explosió demogràfica al canvi climàtic) passa, necessàriament, per la comprensió de la dimensió científica de tals assumptes.

## VOLUM DE TREBALL (HORES)

### ACTIVITATS PRESENCIALS

Activitat	Hores
Teoria	37,50
<b>Total hores</b>	<b>37,50</b>

### ACTIVITATS NO PRESENCIALS

Activitat	Hores
Assistència a altres activitats	4,00
Elaboració de treballs individuals o en grup	50,00
Estudi i treball autònom	46,00
Preparació de classes	12,50
Preparació d'activitats d'avaluació	0,00
Resolució de casos pràctics	0,00
<b>Total hores</b>	<b>112,50</b>

## METODOLOGIA DOCENT

Lliçons magistrals

Resolució de problemes



Estudi de casos

Presentacions orals de materials per part dels estudiants

Debats

Lectura, síntesi i anàlisi crítica de textos

Assistència i participació activa en tallers, seminaris i conferències

Tutories

## AVALUACIÓ

El sistema d'avaluació de la matèria es realitzarà a través de:

1. Examen tipus test sobre la matèria: 30%<sup>2</sup>.
2. Assistència i participació en treballs cooperatius, debats, seminaris, tallers i conferències: 20%
3. Avaluació de treballs de curs 50%

Segona convocatòria: les notes es guardaran de primera a segona convocatòria (no d'un curs a un altre), de manera que només farà falta recuperar els elements suspesos en primera convocatòria.

Condicions:

- Serà necessari aprovar l'examen amb un mínim de cinc punts sobre deu per a fer una mitjana de amb la resta d'elements de l'avaluació.
- És necessari assistir al 80% de les classes per a poder ser avaluat de la participació en classe
- Els treballs, exàmens o qualsevol altra activitat que l'alumnat elabori per a la seva avaluació docent hauran de ser originals, sense plagi ni ús indegut de la intel·ligència artificial. La detecció de plagi, com falta greu, donarà lloc a la suspensió immediata de la respectiva convocatòria del curs. També es considerarà falta greu, i per tant donarà lloc a la suspensió immediata de la convocatòria, la còpia o facilitar la còpia de treballs entre alumnes de la titulació; accedir irregularment o apropiarse anticipadament del contingut d'una prova o examen; facilitar o procurar l'apropiació, alteració o destrucció del contingut o dels resultats d'una activitat avaluable i la suplantació de la personalitat en



exàmens.

## BIBLIOGRAFIA

- MANIN, Bernard (1998): Los principios del gobierno representativo. Madrid. Alianza Editorial  
FERRY, Jean-Marc; WOLTON, Dominique; et al (1992): El nuevo espacio público. Barcelona. Gedisa.  
CASTELLS, Manuel (2012): Comunicación y poder. Madrid. Alianza Editorial. SARTORI, G. (1998): Homo Videns. La Sociedad teledirigida. Madrid. Taurus Pensamiento. KATZ, Elihu y LAZARSFELD, Paul Felix (2009), Personal influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications. Nueva Jersey. Transaction Publisher  
LAGUNA, A. (2010): Las claves del éxito político. ¿Por qué votan los ciudadanos? Barcelona. Península. BARKER, C. JOHNSON, A. LAVALETTE, M. (eds.) (2001): Leadership and social movements, Manchester University Press, Manchester, UK  
NATERA, A. (2001): El liderazgo político en la sociedad democrática. Madrid. Centro de Estudios Políticos.  
MORENO CASTRO, Carolina (ed.) (2011): Periodismo y divulgación científica. Madrid. Biblioteca Nueva  
SEMIR, Vladimir de (2014): Decir ciencia: divulgación y periodismo científico de Galileo a Twitter. Barcelona. Edicions de la Universitat de Barcelona.  
ALCIBAR, Miguel (2009): Contar la ciencia. Murcia. Fundación Séneca.
- SÁNCHEZ NORIEGA, J.L. (2002): Crítica de la seducción mediática. Comunicación y cultura de masas en la opulencia informativa. Madrid. Técnos.  
SANTIAGO, J. (2007). El candidato ante los medios: telegenia e imagen política. Madrid: Fragua  
SCHWARTZENBERG, R.G. (1978). El show político. Ensayo sobre y contra el star system en política. Barcelona. Dopesa  
GOLEMAN, D. (2013): Liderazgo. El poder de la inteligencia emocional. Madrid. Ediciones B.  
POSTMAN, Neil (2001): Divertirse hasta morir. El discurso público en la era del show business. Barcelona. Ediciones de la Tempestad.  
POSTMAN, Neil (1992): Tecnópolis. La rendición de la cultura a la tecnología.  
FUCHS, C. (2014). Social Media: a critical introduction. London. Sage.  
KEANE, J. (2009). The life and death of democracy. London. Simon and Schuster.  
FEENSTRA, R. A., TORNEY, S., CASERO, A. & KEANE, J. (2016). La reconfiguración de la democracia. El laboratorio político español. Granada. Comares.