



UVgàndia

**UNIVERSITAT DELS MAJORS - GANDIA**  
**GUIA DOCENT DE L'ASSIGNATURA:**

**Comunicación y opinión pública**

**Curs 2021-22**

**1. DADES BÀSIQUES**

1	Lucía Márquez Martínez	lucia.marquez.martinez@gmail.com
2		correu

**Horari de classes i dates de les sessions**

Hora: 9.30-12.00

Idioma: castellano

**2.- RESUM/BREU DESCRIPCIÓ/JUSTIFICACIÓ DE LA MATÈRIA**

Castellano
<p>Formación, características y funciones sociales de la opinión pública.</p> <p>Aproximación a las principales teorías sobre la opinión pública, sus representaciones y su influencia como actor social y político</p>
Inglés

### 3.- RESULTATS DE L'APRENTATGE

Valencià
Coneixements a adquirir / Destreses i habilitats a adquirir

--

Castellano
Conocimientos a adquirir / Destrezas y habilidades a adquirir
Roles, funciones y relaciones entre los distintos actores y espectadores que interactúan en el proceso de opinión pública
Composición de las relaciones entre los poderes políticos, mediáticos y sociales
La configuración de la opinión pública: procesos electorales y crisis
Internet, redes sociales y nueva comunicación política.

Inglés

#### 4- DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

--

## UNITATS TEMÀTIQUES:

### UNIDADES TEMÁTICAS:

#### 1. Opinión pública y comunicación política

- Formulación de la opinión pública
- Aproximaciones al concepto de espacio público
- Actores de la comunicación política
- El contexto histórico del proceso de comunicación política

#### 2. Enfoques teóricos

- El modelo clásico de la opinión pública
- Críticas al modelo clásico: Habermas, Noelle-Neumann...
- Teorías contemporáneas: agenda setting y framing

#### 3. Actores y espectadores de la comunicación política

- La americanización de la política y los sistemas de representación
- La mediatización de la política
- Internet y el público digital

#### 4. Campaños electorales

- Propaganda electoral

- La campaña de partidos y candidatos

-Medios de comunicaci3n y campañas electorales

#### 5- VOLUM DE TREBALL

ACTIVITATS A REALITZAR		Hores
Assistència a classes		30
Assistència activitats externes		
El.laboraci3n de treballs individuals		
El.laboraci3n de treballs en grup		
Lectures de material complementari		
<b>TOTAL</b>		

#### 6- METODOLOGIA DOCENT


Castellano
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Clases magistrales y actividades complementarias</li> <li>- Exposición por parte de la profesora de casos prácticos y debate posterior</li> <li>-Seminarios especializados</li> </ul>

Inglés

## 7.- REFERÈNCIES BIBLIOGRÀFIQUES

### REFERÈNCIES BÀSIQUES

<b>Referència 1</b>	CASTELLS, Manuel (2009). Comunicación y poder. Madrid: Alianza Editorial.
<b>Referència 2</b>	CASERO, Andreu (2009). La construcción mediática de las crisis políticas. Madrid: Fragua.
<b>Referència 3</b>	LÓPEZ GARCÍA, Guillermo, GAMIR RIOS, José y VALERA ORDAZ, Lidia (2017): Comunicación política: teorías y enfoques. Madrid: Síntesis.
<b>Referència 4</b>	MAZZOLENI, Gianpietro (2010). La comunicación política. Madrid: Alianza Editorial
<b>Referència 5</b>	THOMPSON, John B. (2001). El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación. Barcelona: Paidós.

### REFERÈNCIES COMPLEMENTÀRIES

<b>Referència 1</b>	LÓPEZ GARCÍA, Guillermo y VALERA ORDAZ, Lidia (2017). Pantallas electorales. El discurso de partidos, medios y ciudadanos
---------------------	---

	en la campaña de 2015. Barcelona: UOC.
<b>Referència 2</b>	BÖCKELMANN, Frank (1983). Formación y funciones sociales de la opinión pública. Barcelona: Gustavo Gili.
<b>Referència 3</b>	HABERMAS, Jürgen (1997). Historia y crítica de la opinión pública. Barcelona: Gustavo Gili.
<b>Referència 4</b>	LAGUNA, Antonio (2010). Las claves del éxito político. ¿Por qué votan los ciudadanos?. Barcelona: Península.
<b>Referència 5</b>	CHADWICK, Andrew (2013): The hybrid media system: Politics and power. Oxford University Press.