



**PROGRAMA DE LA ASIGNATURA  
POLÍTICA Y COMUNICACIÓN  
Curso 2021-2022**

Profesor Ariel Jerez

Grupo 49 tarde: miércoles (16,30-18,00hs y viernes 18,30-20,00 hs).

Tutorías: miércoles (13-14hs y 18,00-20,00hs y viernes (13-14 hs y 16,30-18,30hs).

Despacho 3504. Tel.: 91-394-2534 [ajerezno@ucm.es](mailto:ajerezno@ucm.es)

**I. ORIENTACIÓN DEL CURSO:**

La Política y la Comunicación son dos fuentes de poder con tareas centrales en la coordinación en torno a objetivos comunes en las comunidades humanas. Si bien se organizan con instituciones, códigos y narrativas diferenciadas, son dos campos cruzados por intereses, tecnologías e imaginarios que necesitan una perspectiva conjunta para la comprensión histórica de los problemas y retos que presentan en los campos de la representación, la participación y las ciudadanías democráticas de la sociedad digital emergente.

En las nuevas esferas públicas digitales el ecosistema mediático multiplica conexiones y flujos entre viejos y nuevos canales, formatos, estrategias y actores político-mediáticos, que disputan la orientación política e ideológica de la vida en común en la actual fase de crisis. En su fase climática-pandémica pone en evidencia su dimensión civilizatoria con el refuerzo de las tensiones populistas, de las políticas de identidad y odio y de la posverdad dinamizada por las fake news, que exhibe la fragilidad democrática del orden de legitimación liberal construido en la modernidad del capitalismo tardío. La sostenibilidad sociolaboral, ambiental y democrática exigen a la ciudadanía la democratización de la comunicación y la cultura, con innovaciones y reconexiones entre sistemas educativos, científicos, culturales y reformas mediáticas que habiliten agendas, identidades e imaginarios para el cambio ecosocial y la transición ecológica justa.

**II. DESCRIPTORES**

Poder, tecnología y comunicación. Opinión y esferas públicas. Comunicación, representación y participación políticas. Agendas, ideologías e identidades. Movimientos, culturas políticas y políticas culturales. Sistemas y reformas mediáticos. Proyectos políticos y democratización de la comunicación y la cultura.

**III. OBJETIVOS**

- Fijar elementos básicos para el análisis crítico del cambio social y tecnológico.
- Mapear los procesos conformadores de lo público: discursos, valores, opiniones, interacciones y esferas públicas.
- Comprender las dinámicas discursivas, económicas e institucionales en las que descansan los sistemas mediático-culturales.
- Capacitar para el análisis discursivo y político de las dinámicas comunicacionales.
- Introducir el análisis crítico de la regulación mediática y la agenda de la democratización de la comunicación y la cultura.

#### IV. METODOLOGÍA Y ORGANIZACIÓN DE LA ASIGNATURA

Las clases semanales se organizan en una jornada con una exposición de contenidos teóricos y metodológicos por parte del profesor (45-60 minutos) abierta a consulta y debate; y otra en que combina dinámica de seminario de lecturas y talleres de investigación con presentación por parte de los estudiantes de lecturas y proyectos de investigación.

Los programas, materiales didácticos y lecturas son accesibles por invitación en una biblioteca de archivos online para uso exclusivo de lxs estudiantes matriculadxs.

Tanto en las clases prácticas como en las tutorías se valora el aprovechamiento del compromiso cívico y el trabajo práctico-participativo en la asignatura para ampliar los rendimientos académicos y asociativos (líneas de investigación, TFG, proyectos de asociaciones estudiantiles y/o del Aula de Innovación y Sostenibilidad).

El sistema de evaluación continua exige la asistencia regular y participación y activa en el aula (con un máximo 5 faltas justificadas). Para ser considerado estudiante asistente se tienen que presentar lecturas y participar activamente en el desarrollo de un trabajo de investigación (individual o grupal, en formato audiovisual o escrito) en el calendario previsto.

Se tiene prevista la evaluación de estudiantes no asistentes por causa justificada (problemas médicos, familiares laborales) con un examen sobre la bibliografía obligatoria en la fecha oficial de examen (más detalles en el Documento Evaluación y Calendario en el Campus Virtual).

#### V. TEMARIO

##### TEMA 1. INTRODUCCIÓN: PODER, TECNOLOGÍA Y COMUNICACIÓN

Perspectiva histórica: revoluciones tecnológicas y políticas.

Poder simbólico como fuente de poder social.

Capitalismo, técnicas y tecnologías en la transición ecológica.

##### TEMA 2. COMUNICACIÓN Y POLÍTICA: DE LA MEDIACIÓN A LA MEDIATIZACIÓN.

Mediación social y mediatización política.

Recursos y modelos de comunicación: entre la propaganda y la deliberación.

Campos y ecologías de la comunicación multimedial (prensa, tv, radio, cine, música).

Investigaciones en comunicación y política.

##### TEMA 3. SISTEMAS MEDIÁTICOS, POLÍTICAS CULTURALES Y CULTURAS POLÍTICAS.

Institucionalización de los sistemas mediáticos y geopolítica

Conglomerados multimedia y economía política de la atención.

Política mediática: del escándalo a los algoritmos del odio

Brecha digital, big data e inteligencia artificial: retos de la ciudadanía digital.

##### TEMA 4: OPINIONES Y ESFERAS PÚBLICAS.

La construcción de la opinión pública: recursos y regulaciones elitistas.

Movimientos, públicos (contrapúblicos) y audiencias

Opiniones públicas y tipos de democracia.

Sectores y disputas narrativas entre el estado, mercado y comunidad

##### TEMA 5. DISCURSOS, IDEOLOGÍAS E IDENTIDADES.

Discursos colectivos, batallas morales y reproducción social.

Procesos de enmarcamento y lucha por los significados políticos



Visibilidad y jerarquización identidades.  
Hegemonías, disputas ideológicas y coyuntura populista  
Imaginario sostenibles: sociedad/naturaleza y memorias/proyectos.

#### TEMA 6. CAMPAÑAS POLÍTICAS Y ELECTORALES.

Partidos, movimientos y think tanks en la construcción de (inter)subjetividades  
Herramientas de publicidad y comunicación online/offline  
Fases, herramientas y objetivos de una campaña  
Relaciones y estrategias con los medios

#### TEMA 7. MEDIACTIVISMO, REFORMA MEDIÁTICA Y DEMOCRATIZACIÓN CULTURAL.

Mediaactivismos digitales en la democratización de los datos y la cultura  
Educomunicación, ciencia y políticas culturales para los DDHH y la sostenibilidad  
Coaliciones y mapas en la reforma mediática para la ciudadanía digital.

### VI. BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA

Aguado Delicia y Martínez, Patricia (2021) *Series de la resistencia. Diversidad en la televisión estadounidense frente al trumpismo*, Sevilla: ReaDuck

Almazán, Adrián (2021) *Técnica y tecnología. Cómo hablar con un tecnólogo*, Salamanca: Taugenit

Alvarez Peralta, Miguel y Carañana, Joan Pedro (2018) “Mediatización de las políticas mediáticas: cobertura de las propuestas de regulación de medios en la XI Legislatura española”, *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, nº8.

Baranquero Carretero, A. (2019). “Comunicación, ciudadanía y cambio social. Diseño de un modelo de investigación y acción para democratizar la comunicación desde la noción de reforma mediática” *Signo y Pensamiento*, 38(75).

Hallin, Daniel y Mancini, Paolo (2008) *Sistemas Mediáticos Comparados*, Barcelona: Hacer

Sampedro, Víctor (2021) *Comunicación y Sociedad: opinión pública y poder*, Barcelona: UOC

Treré, Emiliano (2019) *Activismo mediático híbrido. Ecologías, imaginarios, algoritmos*, fundación Frederick Ebert Stiftung, documento nº16-C3

