



**PROGRAMA DE LA ASIGNATURA
POLÍTICA Y COMUNICACIÓN
Curso 2022-2023**

Profesor Ariel Jerez

Grupo 49 tarde: miércoles (16,30-18,00hs y viernes 18,30-20,00 hs). Aula 156

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

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 específicas y diferenciadas, son dos campos cruzados por intereses, tecnologías e imaginarios que precisan una perspectiva analítica compartida para una adecuada comprensión de los problemas y retos que introducen en 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 políticos y mediático-corporativos, en una disputa sobre la orientación política e ideológica en una fase de crisis nueva, marcada por la ya inocultable dimensión climática-ecológica que condiciona cada vez más los horizontes políticos locales y globales. Las tensiones populistas y la polarización reaccionaria apoyadas en políticas de identidad y odio, la posverdad dinamizada por las llamadas fake news, ponen en evidencia la fragilidad democrática del orden liberal del capitalismo tardío.

Cualquier mejora de la sostenibilidad eco-ambiental, socio-laboral y democrática exige en estos momentos iniciativas de regulación y democratización de la comunicación y de la cultura, impulsadas por una ciudadanía participativa, crítica y activa para promover programas de innovaciones y reconexiones entre los 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 trabajo académico, del compromiso cívico y la experiencia participativa por parte de cada estudiante. Se valora todos los esfuerzos para conectar reflexiones teóricas y prácticas en perspectiva de construcción de ciudadanía.

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 y 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 y/o 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. PODER, TECNOLOGÍA Y COMUNICACIÓN: UNA INTRODUCCIÓN

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 enmarcamiento 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 y ecológica.

VI. BIBLIOGRAFÍA (en el drive)

Libros obligatorios

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

Binder, Inés y García Gago, Santiago (2020) *Politizar la tecnología: radios comunitarias y derecho a la comunicación en los territorios digitales*, Buenos Aires: Ediciones del Jinete Insomne.

Bibliografía Complementaria

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

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 .

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