

DEPARTAMENTO DE CIENCIA POLÍTICA Y DE LA ADMINISTRACIÓN  
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA

# COMUNICACIÓN Y POLÍTICA

-PROGRAMA-

Curso 2021/2022

Prof. Dra. Carolina Bescansa Hernández

## TEMARIO

Tema 1. ¿Qué significa hablar? Comunicación, estilos expresivos y construcción de sentido.

Tema 2. Semiótica y marketing. Propuestas y tipologías de las retóricas de publicitarias y de la persuasión. Las estrategias de construcción de *verosimilitud* en el marco de las campañas electorales.

Tema 3. Herramientas de información y análisis del electorado en el marco de la comunicación política.

Tema 4. Las campañas electorales. El análisis del contexto electoral y el plan general de campaña. Actores y formas de organización de campañas. Tipos y estilos de comunicación de los mensajes electorales: logos, eslóganes, encuentros directos con los votantes y debates electorales. Aproximaciones a una evaluación de los efectos de las campañas electorales.

Tema 5. El papel de los medios y las redes: agenda setting, framing, political entertainment y otras características de la comunicación política.



## Evaluación de la asignatura

De acuerdo con las directrices establecidas en el plan de estudios, la evaluación de esta asignatura se llevará a cabo atendiendo a la siguiente ponderación: **Participación en el aula: 10%; Trabajos y prácticas: 40%; Examen final: 50%**. Como quiera que sea, la **superación de la asignatura** (calificación mínima de aprobado/a) requiere del/a estudiante **un mínimo de 5 puntos sobre 10 en los tres ámbitos** de evaluación de la asignatura: participación, trabajos y prácticas y examen final.

### a) Participación en el aula.

La participación en el aula transcende el concepto de asistencia y hace referencia a la participación activa en los debates, exposiciones y trabajos teóricos y prácticos que se propondrán a lo largo del curso. Para obtener la máxima puntuación en este apartado, se pide al estudiante una participación regular, pertinente y enriquecedora a lo largo de todo el curso, ya sea presencial o virtual.

La asistencia a clase -presencial o virtual- es obligatoria. Cotidianamente se llevarán a cabo controles de asistencia de utilizando para ello las herramientas digitales y analógicas disponibles (Google Meet).

La calificación en este apartado será individual.

**En el caso de que la docencia presencial se viera suspendida por razones sanitarias,** la evaluación de la participación en el aula se llevará a cabo a través de las herramientas habilitadas para la docencia virtual (Google Meet).

## **B) Trabajos y prácticas.**

**El primer día de curso se conformarán equipos** constituidos por entre 5 y 6 estudiantes cada uno. **Los equipos deberán estar integrados por estudiantes de turnos presenciales coincidentes entre sí.**

Trabajaremos de acuerdo con la siguiente simulación: tras sucesivas negociaciones, el gobierno de coalición no logra aprobar los presupuestos generales del Estado. En estas circunstancias, el presidente decide convocar elecciones generales. Las elecciones se celebrarán el 22 de diciembre de 2021.

Cada equipo se convertirá en el **equipo de campaña** de alguno de los cinco principales partidos del país.

A lo largo del curso, cada equipo deberá presentar los siguientes trabajos:

### **- Elaboración y presentación de un análisis de las características sociopolíticas e ideológicas de su electorado de referencia y los electorados de frontera.**

Todos los equipos presentarán sus análisis, basados en la explotación de las encuestas del Centro de Investigaciones Sociológicas y de cualquier otra investigación cualitativa o cuantitativa de calidad e interés. Se trata de elaborar los perfiles de los votantes a quienes se dirigirá la campaña, tanto del suelo electoral del partido como de los electorados de frontera.

La calificación en este apartado será colectiva.

**En el caso de que la docencia presencial se viera suspendida por razones sanitarias,** la presentación de los análisis se llevará a cabo a través de Google Meet en estas mismas fechas

### **- Elaboración y presentación del plan de Campaña.** Cada grupo elaborará un plan de campaña calendarizado del partido de referencia, señalando sus hitos centrales y justificando cada una de las decisiones adoptadas.

Tentativamente, la presentación de los planes de campaña tendrá lugar en la última semana de noviembre/primer día de diciembre.

La calificación en este apartado será colectiva.

**En el caso de que la docencia presencial se viera suspendida por razones sanitarias,** la presentación de los planes se llevará a cabo a través de Google Meet en estas mismas fechas.

### **- Elaboración y presentación del slogan, temas y anuncio central de campaña.** Cada grupo elaborará un plan de campaña señalando los temas centrales de su campaña, el/los slogan/es y un anuncio electoral de entre 30 segundos y 2 minutos de duración. Todos los materiales serán de producción propia y podrán utilizar material audiovisual propio o ajeno. La presentación de estos materiales se centrará en explicar cada una de las decisiones adoptadas y podrá plantearse como una rueda de prensa.



La calificación en este apartado será colectiva.

**En el caso de que la docencia presencial se viera suspendida por razones sanitarias**, lo presentación se llevarán a cabo a través de Google Meet en estas mismas fechas.

**c) Examen final.** En las fechas oficialmente fijadas por la facultad, se celebrará un examen tipo test. Cada pregunta tendrá cuatro opciones de respuesta sobre todos los contenidos del programa. Cada respuesta correcta suma un punto. Las respuestas erróneas restan 0.5 puntos. Las preguntas sin responder no suman ni restan puntos. Para lograr la calificación de aprobada/o en el conjunto de la asignatura es necesario obtener un mínimo de 5 puntos en examen final. Para obtener la calificación de sobresaliente en el conjunto de la asignatura es necesario obtener un mínimo de 8 puntos en el test.

La calificación en este apartado será individual.

**En el caso de que la evaluación presencial se viera suspendida por razones sanitarias**, los exámenes se llevarán a cabo de manera oral a través de Google Meet en estas mismas fechas.

### Créditos ECTS

Clases teóricas: Clases teóricas (desarrollo de contenidos teóricos y de conceptos que permitirán al estudiante conocer los principales conceptos teóricos de cada materia). (2.5 ECTS)

Clases prácticas: Clases prácticas (aplicación de contenidos teórico-conceptuales al análisis de problemas concretos, que permitirán al estudiante comprender y asimilar los contenidos mejor). (2.0 ECTS)

Otras actividades: Tutorías (para resolver los problemas, dudas y retos del estudiante). (0.5 ECTS)

Trabajos supervisados individuales o en grupo de carácter aplicativo (que permitirán desarrollar los contenidos teórico-conceptuales de forma autónoma y aplicarlos al estudio de casos). (1.0 ECTS)

TOTAL: 6 créditos ECTS

### Bibliografía básica

P.Bourdieu (1985): *¿Qué significa hablar?*. Ed. Akal.

P. Maarek (2009): *Marketing político y comunicación*. Ed. Paidós.

J-M. Floch (1993): *Semiótica, marketing y comunicación. Bajo los signos las estrategias*. Ed. Paidós.

A lo largo del curso se distribuirán textos específicos para la preparación de cada uno de los temas del programa. La lectura de estos textos será obligatoria. En la medida de lo posible, todos ellos se facilitarán con antelación a través del campus virtual.

### Contacto y tutorías

Carolina Bescansa email: [carolina.bescansa@cps.ucm.es](mailto:carolina.bescansa@cps.ucm.es) Despacho 3416. Departamento de Ciencia Política y de la Administración.

Horario de tutorías: Siguiendo las directrices de la Facultad, las tutorías se celebrarán de manera virtual en horario preferente de miércoles y viernes de 9.00 a 11.00am previa cita acordada a través del Campus Virtual, email o cualquier otro medio de comunicación acordado a lo largo del curso.

