

<b>Sede y localidad</b>	<b>Sede Atlántica. Viedma</b>
<b>Carrera</b>	<b>Licenciatura en Comunicación Social</b>

### Programa de la asignatura

<b>Asignatura: Comunicación y Política</b>	
<b>Año calendario: 2011</b>	<b>Cuatrimestre: Primero</b>
<b>Carga horaria semanal:</b>	<b>Créditos (si corresponde):</b>
<b>Carga horaria total:</b>	

<b>Días y horario de cursada: Lunes 15 a 18</b>
<b>Horarios, días y lugar de consulta para alumnos: Lunes 10 a 12. Sede Atlántica</b>
<b>Horas de estudio recomendadas (extra clase): 4 HORas</b>

<b>Profesor : Lila Luchessi</b>	<b>Email: lluchessi@unrn.edu.ar</b>
---------------------------------	-------------------------------------

<b>Auxiliar: Luciano Videla</b>	<b>Email: videlaluciano@hotmail.com</b>
---------------------------------	-----------------------------------------

*Repetir en caso de que sea más de uno*

### Programa Analítico de la asignatura

<p><b>Contenidos mínimos establecidos por Plan de Estudio</b> <i>(Copiar de la resolución respectiva de creación de la carrera):</i></p> <p>Comunicación y Política: vinculaciones conceptuales con el campo de la comunicación. El espacio de lo público: comunicación, política y cultura. Democracia, ciudadanía y cultura política. Opinión pública. Teorías de la opinión pública. La comunicación política y los Procesos electorales. La opinión pública y los procesos electorales</p>
<p><b>Objetivos de la asignatura:</b></p> <p><b>Lograr que los alumnos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Comprendan las relaciones de la política y la comunicación</b></li> <li>• <b>Reflexionen sobre la acción política de los medios masivos en sociedades mediatizadas.</b></li> <li>• <b>Establezcan relaciones respecto de la acción política de la cultura en distintos momentos de la sociedad</b></li> <li>• <b>Conozcan herramientas de marketing y publicidad electoral.</b></li> <li>• <b>Analicen la comunicación de la campaña en vigencia</b></li> </ul>
<p><b>Propuesta Metodológica</b> <i>(teóricos/ comisiones/laboratorio):</i></p> <p><i>La asignatura se dicta en una fase teórica y otra práctica. Los teóricos serán desarrollados por la profesora titular y los prácticos por el ayudante.</i></p> <p><i>En clase se analizarán casos, a partir de las lecturas sugeridas por este programa, se plantearán modelos de análisis de campañas específicas y se realizará el seguimiento de cada grupo respecto del informa de investigación a entregar.</i></p> <p><i>También se explicarán los marcos teóricos en los que se encuadra la asignatura.</i></p>

**Forma de aprobación** (*indicar si se considera asistencia, evaluación parcial, final, entrega de trabajos prácticos, práctica profesional, pasantía, etc.*):

Los alumnos serán evaluados a través de la entrega de fichas de lectura, dos parciales y un trabajo final de investigación.

Tanto las clases teóricas cuanto las prácticas son obligatorias y es necesario tener el 75% de presencia en ellas. Aquellos alumnos que no cuenten con ese porcentaje de presencia quedarán libres.

Todos los alumnos que aprueben la cursada con cuatro puntos o más deberán dar examen final.

**Unidad o eje temático 1: La comunicación como herramienta de la política**

**Contenidos:**

Teorías de la opinión pública. Las herramientas comunicacionales que sostienen la política. Las sociedades mediatizadas. Contextos políticos y culturales de la comunicación como recurso político

**Fechas tentativas de inicio y finalización del dictado de la unidad o eje temático:**

**14/3 al 28/3**

**Bibliografía obligatoria de la Unidad:**

Verón, Eliseo (1987) "La palabra adversativa". En AAVV. El discurso político. Lenguajes y acontecimientos. Hachette. Buenos Aires

Meyer, Thomas "Mediocracia: ¿Rumbo a una democracia diferente?", en Priess, Frank (ed.) (2002) <relación entre política y medios. Temas. Buenos Aires

Wolton, Dominique (2001) Pensar la comunicación. Buenos Aires. Tercera Parte

Price, Vincent (1994) La Opinión pública. Barcelona. Paidós

**Bibliografía complementaria de la Unidad:**

Jarren, Otfried "La sociedad mediática y sus riesgos para la comunicación política". En Priess, Frank. Op. Cit

*Repetir tantas veces según las unidades previstas en la asignatura*

**Unidad o eje temático 2: El espacio de lo público**

**Contenidos:**

Del ágora ateniense al ágora mediática. Formas de construcción del espacio público. La construcción de la publicidad burguesa. Visibilidad y opacidad. Inserción de voces divergentes en los medios de comunicación.

<p><b>Fechas tentativas de Inicio y finalización del dictado de la unidad o eje temático:</b> <b>4/4 al 18/4</b></p>
<p><b>Bibliografía obligatoria de la Unidad:</b>  <b>Noelle-Neumann, Elizabeth (1995). La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social. Paidós. Pp. 83 a 130</b>  <b>Aristóteles (2003) La política. CEC. Buenos Aires. Libros tercero, cuatro y sexto</b>  <b>Grúner, Eduardo (2005) La cosa política o el acecho de lo real. Paidós. Buenos Aires. Cap. 2</b>  <b>Edelman, Murray (1991) La construcción del espectáculo político. Manantial. Buenos Aires. Cap. 1</b>  <b>Alfaro, Rosa María (1999) Comunicación, ciudadanía, espacio local. Fsoc/UBA- Centro Nueva Tierra. Buenos Aires</b></p>
<p><b>Bibliografía complementaria de la Unidad:</b>  <b>Platón (1994) La República. Fontana. Buenos Aires</b>  <i>Repetir tantas veces según las unidades previstas en la asignatura</i></p>
<p><b>Unidad o eje temático 3: Comunicación política y cultura</b></p>
<p><b>Contenidos:</b>  Impactos culturales en los modos de representación de la política. Los cruces entre literatura y política como herramienta de construcción identitaria. Los medios como actores políticos. El espacio de las disputas por el liderazgo simbólico de la sociedad.</p>
<p><b>Fechas tentativas de Inicio y finalización del dictado de la unidad o eje temático:</b> <b>2/5 al 16/5</b></p>
<p><b>Bibliografía obligatoria de la Unidad:</b>  <b>Sartori, Giovanni (1997) Homovidens. La sociedad teledirigida. Taurus. Madrid. “La primacía de la imagen”</b>  <b>Landi, Oscar (1992). Devórame otra vez. Planeta. Buenos Aires. Cap. 2</b>  <b>Mouchon, Jean (1999) Política y medios. Los poderes bajo influencia. Gedisa. Barcelona. Cap. 4</b>  <b>Gellner, Ernest (2003) Cultura, identidad y política. Gedisa. Barcelona. Cap 2</b>  <b>Balandier, Georges (1994) El poder en escenas. Paidós. Barcelona. Cap 1</b></p>
<p><b>Bibliografía complementaria de la Unidad:</b>  <b>Muraro, Heriberto (1998) Políticos, periodistas y ciudadanos. FCE. Buenos Aires</b>  <i>Repetir tantas veces según las unidades previstas en la asignatura</i></p>
<p><b>Unidad o eje temático 4: La comunicación electoral</b></p>
<p><b>Contenidos:</b>  El marketing político. Del reinado de los sondeos a la guerrilla comunicacional. El rol de los <i>spindoctors</i>. Técnicas de americanización. La construcción de la política como espectáculo mediático.</p>
<p><b>Fechas tentativas de Inicio y finalización del dictado de la unidad o eje temático:</b> <b>30/5 al 20/6</b></p>
<p><b>Bibliografía obligatoria de la Unidad:</b></p>

**Maquiavelo, Nicolas (1999) El príncipe. Errepar. Buenos Aires Cap. XXVIII**

**Morris, Dick (2002) El nuevo príncipe. El Ateneo. Buenos Aires. Parte 1**

**Martínez Pandiani, Gustavo (1999) Marketing Político. Ugerman editor. Buenos Aires.  
CAP 1**

**García Beaudoux, Virginia et al. (2005) Comunicación política y campañas electorales.  
Gedisa. Barcelona. Cap 2**

**Bibliografía complementaria de la Unidad:**

**McQuail, Denis. (1998) La acción de los medios. Amorrortu. Buenos Aires**

*Repetir tantas veces según las unidades previstas en la asignatura*

**Las evaluaciones parciales son en las siguientes fechas:**

**25/4 Primer parcial correspondiente a unidades 1 y 2**

**13/6 Segundo parcial correspondiente a unidades 3 y 4**

**El trabajo analítico deberá entregarse el 23/5**