

**FITXA IDENTIFICATIVA****DADES DE L'ASSIGNATURA**

Codi: 36618
Nom: Estratègies de comunicació institucional
Cicle: Grau
Crèdits ECTS: 6
Curs acadèmic: 2025-26

TITULACIONS

Titulació	Centre	Curs	Període
1334 - Grau en Periodisme	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	2	Primer quadrimestre

MATÈRIES

Titulació	Matèria	Caràcter
1334 - Grau en Periodisme	Comunicació	BÀSICA

COORDINACIÓ

AGUAR TORRES JOAQUIN JOSE

RESUM

L'assignatura *Estratègies de Comunicació Institucional* té com a objectiu principal que l'alumnat compregua i analitze les relacions entre els gabinets de comunicació de les institucions i els mitjans de comunicació. Per a això, es treballarà el coneixement del funcionament de les institucions públiques i locals, autonòmiques, estatals i europees, amb especial atenció, en aquest últim cas, als Objectius de Desenvolupament Sostenible (ODS).

A més, s'estudiaran les estratègies utilitzades pels gabinets institucionals per difondre els seus missatges a través dels mitjans, així com la gestió comunicativa de situacions de crisi que puguen afectar les entitats i els seus representants.

L'assignatura ofereix una visió teòrica i pràctica de la comunicació institucional i del tractament informatiu que se'n fa des dels mitjans, amb l'objectiu de dotar l'estudiantat de les eines necessàries per entendre aquestes dinàmiques i afrontar amb més garanties els futurs reptes professionals.

CONEIXEMENTS PREVIS**RELACIÓ AMB ALTRES ASSIGNATURES DE LA MATEIXA TITULACIÓ**



No s'ha especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

ALTRES TIPUS DE REQUISITS

Es recomana que els i les estudiants es mantinguin al dia de les qüestions d'actualitat.

COMPETÈNCIES / RESULTATS D' APRENTATGE

1334 - Grau en Periodisme

Capacitat i habilitat d'exposar raonadament idees, a partir dels fonaments de la retòrica i de l'argumentació, així com de les tècniques comunicatives aplicades a la persuasió.

Capacitat i habilitat per a buscar, seleccionar, contextualitzar i jerarquitzar qualsevol tipus de font o document (escrit, sonor, visual, etc.) d'utilitat per a l'elaboració i processament d'informació, així com per al seu aprofitament comunicatiu persuasiu o de ficció i entreteniment.

Capacitat i habilitat per a expressar-se amb fluïdesa i eficàcia comunicativa en les llengües pròpies de manera oral i escrita, així com en una tercera llengua (preferentment l'anglès) sabent aprofitar els recursos lingüístics i literaris que siguin més adequats als distints mitjans de comunicació.

Capacitat per a buscar, seleccionar, llegir, interpretar i analitzar textos i documents tant escrits com audiovisuals (capacitat analítica, sintètica i crítica) .

Conèixer els aspectes socials, històrics, econòmics i culturals dels contextos propis i aliens rellevants.

Que els estudiants hagen demostrat posseir i comprendre coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, i se sol trobar a un nivell que, si bé descansa en llibres de text avançats, inclou també alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda del seu camp d'estudi.

Que els estudiants manifesten respecte solidari per les diferents persones i pobles del planeta, així com coneixement dels grans corrents culturals en relació amb els valors individuals i col·lectius i respecte pels drets humans.

Que els estudiants sàpien aplicar els seus coneixements al seu treball o vocació d'una forma professional i posseïsquen les competències que solen demostrar-se per mitjà de l'elaboració i defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seua àrea d'estudi.

Que els estudiants siguin capaços de treballar en equip, de comunicar les pròpies idees i d'integrar-se en projectes comuns destinats a l'obtenció de resultats.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. Els fonaments de la comunicació institucional. Introducció a les estratègies de comunicació



institucional

- 1.1. Aproximació: La comunicació institucional és periodisme
- 1.2. Vendre i comprar en la comunicació institucional
- 1.3. Què influeix perquè un mitjà compre la informació
- 1.4. Dues formes generals de comunicació institucional: oficial i extraoficial
- 1.5. Tipus de relació entre mitjans i gabinets: preferent, col·laborativa-fluida, mera cortesia i hostil
- 1.6. Conceptes periodístics generals a dominar: confirmació oficial, "caça major", "voladura controlada" i "pontejo" a un gabinet
- 1.7. El dilema sobre el servei públic en la comunicació institucional
- 1.8. Diferències entre informació de servei, informació general i informació estratègica-particular dins de la comunicació institucional
- 1.9. Per què als gabinets els interessa incorporar periodistes de mitjans en actiu
- 1.10. Diferències i semblances entre comunicació política, institucional i corporativa

2. Polítiques de comunicació a la Comunitat Valenciana, Espanya i Europa

- 2.1. Antecedents històrics de la comunicació institucional. Una aproximació a la propaganda i la comunicació institucional
- 2.2. Administració local: ajuntaments i diputacions
- 2.3. Govern autonòmic, Corts Valencianes i TSJCV
- 2.4. Competències
- 2.5. Govern d'Espanya, ministeris, Congrés, CGPJ i Tribunal Suprem
- 2.6. Unió Europea i organismes internacionals
- 2.7. La Corona
- 2.8. Entitats dependents dels poders públics

3. Relacions entre les institucions polítiques i els mitjans de comunicació social. Funcions d'un gabinet, comunicació externa al gran públic i relació amb els mitjans

- 3.1. La figura del dircom i els gabinets de comunicació: funcions, responsabilitats i relació amb el líder
- 3.2. Relació entre institucions i partits polítics
- 3.3. Comunicació digital de líders i gabinets: comptes oficials de les institucions (funcions, característiques, problemes...)
- 3.4. Comptes dels dirigents d'una institució

4. Comunicació institucional. Discurs, argumentari i estratègia

- 4.1. Creació i difusió de l'argumentari
- 4.2. La nota de premsa
- 4.3. Compareixença de premsa i plens de les institucions
- 4.4. Rodes de premsa del Ple del Consell
- 4.5. Rodes de premsa del Consell de Ministres
- 4.6. DOGV i BOE
- 4.7. Comunicació de crisi: bones i males praxis
- 4.8. Com sobreviure a una crisi reputacional. Manual de butxaca
- 4.9. Actes institucionals



4.10. Publicitat institucional

Aquests continguts es plasmaran en els següents resultats d'aprenentatge:

- Mostrar un coneixement adequat de les ciències de la comunicació en el marc de les ciències socials
- Avaluar críticament qualsevol tipus de fonts, documents i fets amb la finalitat, d'una banda, de tractar-los convenientment i, d'altra, de transformar-los en informacions d'interès mitjançant els llenguatges informatiu-comunicatius requerits per a cada cas
- Reconèixer i analitzar la tasca de documentació dins del procés de creació de la notícia

VOLUM DE TREBALL (HORES)**ACTIVITATS PRESENCIALS**

Activitat	Hores
Teoria	60,00
Total hores	60,00

ACTIVITATS NO PRESENCIALS

Activitat	Hores
Assistència a altres activitats	10,00
Elaboració de treballs individuals o en grup	40,00
Estudi i treball autònom	20,00
Preparació de classes	10,00
Preparació d'activitats d'avaluació	5,00
Resolució de casos pràctics	5,00
Total hores	90,00

METODOLOGIA DOCENT

- Les classes magistrals permetran a l'alumnat adquirir els coneixements teòrics fonamentals.
- Aquestes es complementaran amb l'exposició de casos pràctics per part del professorat, que serviran de base per al debat i la reflexió col·lectiva.
- A més, s'organitzaran seminaris especialitzats i activitats complementàries i com ara tallers o xarrades de professionals i orientats a enriquir la comprensió aplicada dels continguts i a fomentar el contacte amb la realitat professional.

AVALUACIÓ



El sistema general de qualificacions seguirà la normativa de la Universitat de València aprovada pel Consell de Govern del dia 30 de maig de 2017. ACGUV 108/2017.

Primera convocatòria

- Activitats de formació complementària: 1 punt (2 tests d'actualitat: 1 punt; 0,5 cadascun) [10% de la nota final]
- Examen de teoria amb aplicacions pràctiques: 4,5 punts [45% de la nota final]
- Pràctiques/Treballs individuals i/o grupals: 4,5 punts [45% de la nota final]

És necessari aconseguir un mínim de 4 sobre 10 tant en la part pràctica com en la teòrica per a poder fer mitjana entre ambdues parts de l'assignatura.

Segona convocatòria

Es realitzarà un examen teòric-pràctic que podrà incloure també un test d'actualitat (100% de la nota final).

Honestedat acadèmica

L'honestedat intel·lectual és vital en les comunitats acadèmiques i per a una avaluació justa del treball de l'estudiantat. Tots els treballs presentats en aquest curs han de ser d'autoria original. No s'admetran treballs en els quals s'haja fet ús de col·laboració fraudulenta o de redacció amb l'ajuda d'intel·ligència artificial (ChatGPT o altres), excepte si el seu ús forma part dels continguts de l'assignatura i està autoritzat pel professorat que l'imparteix.

En cas de comprovar-se plagi en un treball d'avaluació d'un estudiant, aquest es podrà qualificar amb un zero i suposar la suspensió de la convocatòria, amb independència del procediment disciplinari que es pugui incoar i, si escau, de la sanció corresponent segons la legislació vigent.

També es consideraran faltes greus i, per tant, podran suposar la suspensió immediata de la convocatòria: copiar o facilitar la còpia de treballs entre l'alumnat del grau; accedir irregularment o apropiarse anticipadament del contingut d'una prova o examen; facilitar o procurar l'apropiació, alteració o destrucció posterior del contingut o dels resultats d'una activitat avaluable, i la suplantació d'identitat en exàmens. Quan es detecten les faltes greus assenyalades en aquest punt, el o la docent haurà de comunicar-ho a la coordinació del grau.

La presentació de treballs i/o exàmens amb faltes d'ortografia o ortotipografia i/o errors de sintaxi, coherència o redacció serà penalitzada i pot arribar a suposar la suspensió de la prova.

BIBLIOGRAFIA



Referències bàsiques

De las Heras, C., Ruiz, I., & Paniagua Rojano, F. J. (2018). *Gestión de la comunicación en instituciones*. Pearson.

Losada Díaz, J. C. (2004). *Gestión de la comunicación en las organizaciones: Comunicación interna, corporativa y de marketing*. Ariel.

López García, G. (2019). *La comunicación en la Comunitat Valenciana (2010-2018): Crisis y cambio*. València: Institució Alfons el Magnànim.

Dader, J. L. (2014). El periodista, entre el poder. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, 637-660. <https://doi.org/10.4185/RLCS-2014-1028>

Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.

Referències complementàries

Palau-Sampio, D., & López-García, G. (2022). Communication and crisis in the public space: Dissolution and uncertainty. *Profesional de la Información*, 31(3). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.03>

Iranzo-Cabrera, M., Calvo, D., & Valera-Ordaz, L. (2022). La esfera pública en la encrucijada: fragmentación, crisis del periodismo y desinformación. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 28(4), 729-738. <https://doi.org/10.5209/esmp.81754>

Aguar Torres, J. (2024). Gabinetes y medios de comunicación: Una lucha desigual que empobrece la información. *Doxa Comunicación*, 39, 103-120. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n39a1376>

Casero-Ripollés, A., & López-Rabadán, P. (Eds.). (2016). *Periodistas y políticos en España*. Universitat Oberta de Catalunya.

Mazzoleni, G. (2010). *La comunicación política*. Madrid: Alianza.