

**FICHA IDENTIFICATIVA****DATOS DE LA ASIGNATURA****Código:** 36644**Nombre:** Comunicación política y opinión pública**Ciclo:** Grado / Máster Universitario Oficial**Créditos ECTS:** 6**Curso académico:** 2026-27**TITULACIONES**

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1334 - Grado en Periodismo	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	4	Primer cuatrimestre
2239 - Máster Universitario en Nuevos Period., Comunic. Política y Socied. Conoc.	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	1	Primer cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
1334 - Grado en Periodismo	Evolución del periodismo y de la comunicación	OBLIGATORIA
2239 - Máster Universitario en Nuevos Period., Comunic. Política y Socied. Conoc.	Complementos de Formación	OPTATIVA

COORDINACIÓN

LOPEZ GARCIA GUILLERMO

RESUMEN

Esta asignatura se centra en las características y funciones sociales de la opinión pública y de la comunicación política, en tanto que espacio específico de desarrollo de la opinión pública en sus diversas representaciones. Se configura como un módulo teórico/práctico que complementa las explicaciones teóricas con la realización de diversas actividades prácticas.

Comunicación Política y Opinión Pública se relaciona directamente con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en particular con el ODS 16 (Paz, justicia e instituciones sólidas) y el ODS 4 (Educación de calidad), pero también con el ODS 5 (Igualdad de género), el ODS 10 (Reducción de las desigualdades) y el ODS 17 (Alianzas para lograr los objetivos). Al fomentar el pensamiento crítico, la participación ciudadana y la transparencia mediante el análisis y la práctica de la comunicación política, esta materia contribuye al desarrollo de sociedades más justas, informadas e inclusivas. Además, al estudiar cómo se forma y expresa la opinión pública, se impulsa una ciudadanía activa, comprometida con la equidad, la diversidad y los desafíos globales.



CONOCIMIENTOS PREVIOS

RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS DE LA MISMA TITULACIÓN

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

OTROS TIPOS DE REQUISITOS

No se han especificado restricciones de matrícula con otras asignaturas del plan de estudios.

Para el máximo aprovechamiento de la asignatura, es recomendable que el estudiante posea una formación sólida en los campos de la Historia, Teoría y Estructura de la Comunicación. Asimismo, es conveniente que el alumnado esté al tanto de la actualidad política y de los temas de debate público más relevantes.

COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1334 - Grado en Periodismo

Capacidad para buscar, seleccionar, leer, interpretar y analizar textos y documentos tanto escritos como audiovisuales (capacidad analítica, sintética y crítica).

Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas, a partir de los fundamentos de la retórica y de la argumentación, así como de las técnicas comunicativas aplicadas a la persuasión.

Conocer los aspectos sociales, históricos, económicos y culturales de los contextos propios y ajenos relevantes.

Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio

Que los estudiantes manifiesten respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respecto por los derechos humanos.

Que los estudiantes sean capaces de trabajar en equipo, de comunicar las propias ideas y de integrarse en proyectos comunes destinados a la obtención de resultados.

Que los estudiantes sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área de estudio

Que los estudiantes tengan capacidad de adaptación a los cambios tecnológicos y sociolaborales.

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética



DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Debate y toma de decisiones en el espacio público

- ¿Qué es la opinión pública?
- Espacio público y esfera pública
- Los actores de la comunicación política
- El contexto histórico del proceso de comunicación política

2. Teorías de la opinión pública

- Antecedentes históricos
- El modelo clásico de la opinión pública
- Críticas al modelo clásico: Habermas y Noelle-Neumann
- Teorías contemporáneas

3. Representaciones de la opinión pública: partidos políticos, medios de comunicación, sondeos de opinión, manifestaciones sociales

- La americanización de la política y los sistemas de representación
- Los medios de comunicación y la mediatización de la política
- Internet y el público digital

4. Procesos electorales y estrategias de comunicación política mediada

- El contexto: el sistema electoral y la tradición política
- La campaña de partidos y candidatos
- La campaña en los medios de comunicación
- Los puntos focales de la campaña

5. Aplicación de las NTIC y cambios políticos, mediáticos y sociales

- El efecto News Find Me y los evitadores de noticias
- Comunicación política y cultura pop
- Pánicos morales y demonios populares en la comunicación política y la opinión pública.

Este plan de contenidos se plasmará en los siguientes resultados de aprendizaje:



- Distinguir críticamente sobre los diferentes discursos periodísticos y su relación con los discursos culturales/políticos hegemónicos contemporáneos.
- Asociar vínculos entre los temas relevantes de interpretación historiográfica y los debates periodísticos contemporáneos.

VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Teoría	60,00
Total horas	60,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	0,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	35,00
Estudio y trabajo autónomo	7,00
Preparación de clases	40,00
Preparación de actividades de evaluación	3,00
Resolución de casos prácticos	5,00
Total horas	90,00

METODOLOGÍA DOCENTE

- Clases teóricas (magistrales o expositivas con presentación del alumnado)
- Seminarios y talleres
- Estudio y trabajo autónomo individual
- Clases de debate

EVALUACIÓN

El sistema general de calificaciones seguirá la normativa de la Universitat de València aprobada por el Consell de Govern del día 30 de mayo de 2017. ACGUV 108/2017.



Primera convocatoria

Se seguirán dos criterios de evaluación:

- 1) Examen teórico (50%). Examen referido a los contenidos teóricos de la asignatura.
- 2) Trabajo individual (50%). Desarrollo de prácticas, resúmenes y valoración crítica, elaborados por el alumno a partir de los contenidos de carácter práctico que semanalmente se analizarán en la asignatura.

Para aprobar la asignatura es necesario obtener al menos una calificación mínima del 50% en cada uno de los criterios de evaluación.

Segunda convocatoria

La segunda convocatoria sigue el mismo esquema que la primera. El examen repite la misma estructura y, del mismo modo, los estudiantes que hayan suspendido o no entregado el trabajo individual en la primera convocatoria lo tienen que entregar en la segunda.

Tanto en el examen como en los ejercicios prácticos se exigirá corrección ortográfica y gramatical.

Cada falta de ortografía, ortotipografía o expresión comportará una reducción de la calificación obtenida, que puede llegar hasta el suspenso.

Honestidad académica

La honestidad intelectual es vital en las comunidades académicas, y para la justa evaluación del trabajo del estudiantado. Todos los trabajos presentados en este curso han de ser de autoría original. No se admitirán trabajos en los que se haga uso de colaboración fraudulenta, según el "Protocolo de actuación ante prácticas fraudulentas de la Universitat de València" aprobado por el Consell de Govern de 14 de julio de 2020. ACGIV 123/2020. La utilización de herramientas de inteligencia artificial se adecuará a lo dispuesto en la "Guía de actuación para el uso responsable de la inteligencia artificial (IA) en las actividades docentes y de evaluación en la Universitat de València" o normativa que la sustituya.

BIBLIOGRAFÍA

Básicas

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

Cohen, S., & Boschirolì, V. de los Ángeles (2017). *Demonios populares y "pánicos morales": delincuencia juvenil, subculturas, vandalismo, drogas y violencia*. Gedisa.



Crespi, I. (2000). *El proceso de opinión pública*. Ariel.

Dader, J. L. (1992). *El periodista en el espacio público*. Bosch.

Grossi, G. (2007). *La opinión pública. Teoría del campo demoscópico*. CIS.

Habermas, J. (1997). *Historia y crítica de la opinión pública*. Gustavo Gili.

López García, G. (2004). *Comunicación electoral y formación de la opinión pública*. Servei de Publicacions de la Universitat de València.

López García, G., Gamir Ríos, J., & Valera Ordaz, L. (2018). *Comunicación política: teorías y enfoques*. Síntesis.

Mazzoleni, G. (Ed.). (2024). *Introducción a la comunicación política*. Alianza Editorial.

Sampedro, V. (2023). *Teorías de la comunicación y el poder. Opinión pública y pseudocracia*. Akal.

Complementarias

Berrocal, S. (Coord.). (2003). *Comunicación política en televisión y nuevos medios*. Ariel.

Böckelmann, F. (1983). *Formación y funciones sociales de la opinión pública*. Gustavo Gili.

Casero, A. (2009). *La construcción mediática de las crisis políticas*. Fragua.

Castells, M. (2012). *Redes de indignación y esperanza*. Alianza Editorial.

Chadwick, A. (2013). *The hybrid media system: Politics and power*. Oxford University Press.

Habermas, J. (1998). *Teoría de la acción comunicativa* (Vols. I y II). Taurus.

Hall, S., Critcher, C., Jefferson, T., Clarke, J., & Roberts, B. (1978). *Policing the crisis: Mugging, the state, and law and order*. McMillan Press.

Hallin, D., & Mancini, P. (2008). *Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Hacer Editorial.

López García, G., & Campos-Domínguez, E. (Eds.). (2021). *Redes en campaña. Liderazgos y mensajes en las elecciones de 2019*. Comunicación Social.



López-García, G., Palau-Sampio, D., Palomo, B., Campos-Domínguez, E., & Masip, P. (Eds.). (2021). *Politics of disinformation: The influence of fake news on public sphere*. John Wiley & Sons.

Pérez, F. (Dir.). (2023). *Los medios de comunicación en la era digital*. Fundación BBVA.

Sampedro, V. (Ed.). (2005). *13-M. Multitudes online*. Libros de la Catarata.