



FICHA IDENTIFICATIVA

DATOS DE LA ASIGNATURA

Código: 36723

Nombre: Comunicación política, institucional y nuevas tecnologías

Ciclo: Grado

Créditos ECTS: 6

Curso académico: 2025-26

TITULACIONES

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1335 - Grado en Ciencias Políticas y de la Administración Pública	Facultat de Dret	3	Primer cuatrimestre, Segundo cuatrimestre, Sin determinar
1930 - Doble Grado en Derecho y Ciencias Políticas y Administración Pública	Facultat de Dret	4	Primer cuatrimestre, Sin determinar
1931 - Doble Grado en Sociología y Ciencias Políticas y de la Admón. Pública	Facultat de Dret	4	Segundo cuatrimestre, Sin determinar

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
1335 - Grado en Ciencias Políticas y de la Administración Pública	Comunicación política, institucional y nuevas tecnologías	OBLIGATORIA
1930 - Doble Grado en Derecho y Ciencias Políticas y Administración Pública	Asignaturas obligatorias de cuarto curso	OBLIGATORIA
1931 - Doble Grado en Sociología y Ciencias Políticas y de la Admón. Pública	Asignaturas obligatorias de cuarto curso	OBLIGATORIA

COORDINACIÓN

BARBERA ARESTE OSCAR

BARRIO LOPEZ ASTRID

RESUMEN

Comunicación política, institucional y nuevas tecnologías es una asignatura obligatoria de tercer curso. La asignatura está pensada para introducir a los estudiantes a la comunicación política e institucional a partir de una aproximación fundamentalmente teórica. El curso se divide en dos grandes bloques. En el primero se introduce el objeto de la asignatura y las principales metodologías utilizadas. Se repasan las principales teorías y conceptos utilizados en este campo de estudio. Dada su importancia se dedica un tema



específico a las teorías sobre la formación de la agenda política. El curso también pretende abordar los principales efectos de la comunicación política en los ciudadanos y organizaciones (la conformación de democracias de audiencia, la personalización, etc), sobre todo con la inclusión de las nuevas tecnologías y su aplicación a las campañas electorales. La segunda parte del curso tiene un carácter un poco más aplicado. Se repasan las principales estrategias utilizadas en la comunicación institucional y cómo estas cambian en los nuevos entornos digitales. También se introduce a los estudiantes a la comunicación de la acción de gobierno: tanto de las diferentes políticas públicas que se promueven como en momentos de crisis.

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 requieren requisitos específicos para cursar esta asignatura. No obstante, se recomienda poseer una capacidad de lectura comprensiva y una correcta expresión oral y escrita en castellano y valenciano.

COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

-

Análisis de información para evaluar problemas políticos o de gestión pública y elaborar propuestas de mejora.

Analizar el diseño, la planificación, la gestión y la evaluación de las políticas públicas y hacer recomendaciones de mejora, especialmente en las políticas de género, medio ambiente y desarrollo sostenible.

Aplicar críticamente las principales teorías y enfoques de la Ciencia Política y de la Administración Pública.

Conocer y saber analizar la estructura y funcionamiento de las Administraciones públicas.

Conocer y saber analizar las características y pautas de actuación de los principales actores políticos (partidos, sindicatos, grupos de interés y nuevos movimientos sociales).

Conocer y saber analizar los procesos electorales, tanto desde el punto de vista institucional, como desde el del comportamiento de los actores colectivos e individuales.

Pensamiento crítico.

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 hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender



estudios posteriores con un alto grado de autonomía.

Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

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 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.

Saber analizar la estructura y funcionamiento de los sistemas y procesos políticos, sus elementos, así como su dimensión histórica, con especial atención al sistema político español y al de la Unión Europea.

Saber analizar las principales técnicas de gestión en la Administración Pública y diseñar estrategias de mejora organizativa y aseguramiento de la calidad de los servicios públicos ante los retos del nuevo entorno digital.

Saber distinguir los valores, ideologías, actitudes y pautas de comportamiento de los ciudadanos así como su evolución temporal.

Saber elaborar informes, dictámenes y trabajos de investigación política.

Saber identificar, diseñar y transmitir mensajes e información política, especialmente discursos políticos y campañas políticas e institucionales a través de medios analógicos y digitales.

Saber utilizar los métodos y técnicas de análisis cuantitativos y cualitativos, así como el método comparativo.

Trabajo en equipo.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

1. Bloque I: La comunicación política.

1. La comunicación en política: objeto y metodología.
2. Teorías de la comunicación política.
3. Agenda política, agenda mediática, y agenda de los ciudadanos.
4. Democracia de audiencia, personalización de la política y comunicación.
5. Nuevas tecnologías y comunicación política.
6. Las campañas electorales.



2. Bloque II: La comunicación institucional

- 7. La comunicación institucional: objetivos, instrumentos y estrategias.
- 8. Nuevas tecnologías y comunicación institucional.
- 9. La comunicación de la gestión de crisis.
- 10. Comunicación de políticas públicas.

VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Teoría-Prácticas	60,00
Total horas	60,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	5,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	40,00
Estudio y trabajo autónomo	35,00
Preparación de clases	10,00
Preparación de actividades de evaluación	0,00
Resolución de casos prácticos	0,00
Total horas	90,00

METODOLOGÍA DOCENTE

La transmisión y adquisición de conocimientos se realizarán, en primer lugar, a través de la clase magistral. El docente expondrá los contenidos esenciales de la asignatura acercándolos a la realidad mediante el recurso de ejemplos de la actualidad, empleo de textos clásicos, casos, textos legales, materiales en red, etcétera. En todo momento se demandará la participación activa de los estudiantes. Estos tendrán que haber preparado previamente los temas que se tratarán en clase mediante el estudio y trabajo autónomo. Del mismo modo, se espera que los estudiantes dediquen una parte del tiempo fuera del aula a repasar el contenido de cada una de las lecciones magistrales. A lo largo del curso se realizarán diversas actividades de carácter práctico, tanto de manera individual como en equipo. Para ello, los alumnos deberán utilizar materiales proporcionados por el profesor o buscarlos en instituciones, bibliotecas, internet, etc. Las actividades que se realicen en clase requerirán de la preparación previa de los diversos temas de estudio, así como la consulta de los materiales complementarios que pueda indicar el profesor. Los ejercicios de las actividades prácticas deberán ser entregadas en la fecha determinada para ello, sin que se acepte su recepción fuera del plazo estipulado.

EVALUACIÓN



La evaluación de la asignatura se compone de 2 elementos, tanto en la primera como en la segunda convocatoria:

a) *Examen*: al acabar el curso se realizará una prueba final sobre todos los contenidos de la asignatura recogidos en esta guía docente, se hayan impartido en el aula o no, y los materiales que se comprendan en las diversas sesiones. Esta prueba tendrá un valor del 60 por ciento de la nota global.

b) *Evaluación continua*: A lo largo del semestre se irán realizando trabajos prácticos y actividades complementarias de diversa índole, que se deberán entregar el día señalado por el profesor. Esta parte tendrá un valor de hasta el 40 por ciento de la nota final. Para que el alumno logre puntos de la evaluación continua tendrá que haber asistido a un mínimo del 75% de las sesiones de clase dedicadas a ello. Además, para poder sumar la calificación obtenida en la evaluación continua (de las sesiones prácticas) a la calificación en el examen, el alumno deberá haber obtenido al menos un 4 (sobre 10) en dicho examen final.

El contenido de todos estos trabajos de evaluación continua constituye también materiales y contenidos del curso, por lo que son susceptibles de formar parte de la prueba de final de curso. El profesor explicará cómo debe realizarse y entregarse cada ejercicio y, posteriormente, entregará los resultados de las diversas prácticas antes del examen. Las prácticas (sean las no realizadas ni entregadas en el respectivo plazo estipulado, o las ya realizadas o evaluadas) no serán recuperables con posterioridad a la fecha de entrega, ni tampoco para la segunda convocatoria (manteniéndose para ésta la nota de la evaluación continua lograda a lo largo del semestre).

BIBLIOGRAFÍA

Manuales recomendados para la asignatura:

Canel, M.J. (2007) Comunicación de las instituciones públicas. Madrid: Tecnos.

Canel, M.J. (2008) Comunicación política, Madrid, Tecnos.

Crespo, I; Garrido, A; Carletta, I; y M. Riorda (2011) Manual de Comunicación Política y Estrategias de Campaña, Buenos Aires: Editorial Biblos.

Crespo, I (coord.) (2016). Diccionario enciclopédico de Comunicación Política. Madrid. Centro de Estudios Políticos y constitucionales (Fragmento subido al aula virtual)

Giansante, G (2015). La Comunicación Política Online, Barcelona, UOC.

Mazzoleni, G. (2014) La Comunicación Política, Madrid, Alianza Editorial.

Bloque I. La Comunicación Política.

Tema 1. La comunicación en política: objeto y metodología.

Canel, M.J. ¿Qué es la comunicación política? en Canel, M.J. (2008) Comunicación política, Madrid, Tecnos. pp. 15-33.

Mazzoleni, G (2014) La comunicación política, Madrid, Alianza Editorial, pp. 17-51

Tema 2. Teorías de la comunicación política.

Arendt, H. (2005). La condición humana. Paidós.



- Habermas, J. (1997). Historia y crítica de la opinión pública. Gili.
Fases y estudios más representativos. (Capítulo 4) en Teoría de la Agenda-Setting aplicación a la enseñanza universitaria (Raquel Rodríguez Díaz). Segundo nivel de la agenda setting. (Capítulo 5) en Teoría de la Agenda-Setting aplicación a la enseñanza universitaria (Raquel Rodríguez Díaz).
Noelle Neumann, E. (1993). La espiral del silencio. La opinión pública y los efectos de los medios de comunicación. *Communication & Society*, 6(1-2), 9-28.
Noelle-Neuman, E. (1995), La espiral del silencio, Barcelona, Tecnos.
Norris, P. (2001). ¿Un círculo virtuoso? El impacto de las comunicaciones políticas en las democracias post-industriales. *Revista Española de Ciencia Política*, 7-33.
Lippmann, W. (2003), La Opinión Pública, Madrid, Langre.
Katz, E. y Lazarsfeld, P.F. (1979) La influencia personal. El individuo en el proceso de comunicación de masas. Barcelona, Editorial Hispano Europea.
Lakoff, G. (2007) No pienses en un elefante. Lenguaje y debate político. Madrid: UCM.
Horkheimer, M. y Adorno, T. (2009) Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos.

Tema 3. Agenda mediática, agenda política y agenda de los ciudadanos.

- Teoría de la agenda-setting¿ (Capítulo 1) en Teoría de la Agenda-Setting aplicación a la enseñanza universitaria (Raquel Rodríguez Díaz).
Terminología¿ (Capítulo 2) en Teoría de la Agenda-Setting aplicación a la enseñanza universitaria (Raquel Rodríguez Díaz).
McCombs, M. (2004). Estableciendo la agenda. El impacto de los medios en la opinión pública y en el conocimiento. Barcelona, Paidós.
Aruguete, N. (2017). Agenda building. Revisión de la literatura sobre el proceso de construcción de la agenda mediática. *Signo Y Pensamiento*, 36(70), 36-52.

Tema 4. Democracia de audiencia, personalización de la política y comunicación.

- Manin, B. (1998) ¿La metamorfosis del gobierno representativo¿ (Cap. 6) en Los principios del gobierno representativo. Alianza Editorial, pp. 237 ¿ 287.
Rebolledo, M. (2017) La personalización de la política una propuesta de definición para su estudio sistemático, *Revista de comunicación*, 16 (2), pp. 147-176.
Manin, B. (1998) Los principios del gobierno representativo. Alianza Editorial (Resto del libro).

Tema 5. Nuevas tecnologías y comunicación política.

- Giansante, G (2015). Cómo cambia la política cuando se encuentra con la red (Cap. 1) en La Comunicación Política Online, Barcelona, UOC, pp. 15-54.
Giansante, G (2015). Construir la estrategia de la comunicación online (Cap. 2) en La Comunicación Política Online, Barcelona, UOC, pp. 55-109.
Crespo, I; Garrido, A; Carletta, I; y M. Riorda (2011) ¿La campaña digital (cap. 9)¿ en Manual de Comunicación Política y Estrategias de Campaña, Buenos Aires: Editorial Biblos, pp. 215-252.

Tema 6. Las campañas electorales.

- Calvo, D., Campos- Martínez, E. y Díez- Garrido, M. (2019). Hacia una campaña computacional: herramientas y estrategias online en las elecciones españolas. *Revista Española de Ciencia Política*, 51, 123-154.
Mazzoleni, G (2014) "La comunicación de las campañas: propaganda y marketing electoral" (Cap. 5) en La comunicación política, Madrid, Alianza Editorial, 2014 p.p. 143-185.
Canel, M.J. (1998) ¿Los efectos de las campañas electorales¿. *Comunicación y Sociedad*, vol XI(1), pp. 47-67.
Martínez i Coma, F. (2008) ¿Por qué importan las campañas electorales?, CIS, Madrid.



Bloque II. La Comunicación institucional.

Tema 7. La comunicación institucional: objetivos, medios y estrategias.

Canel, M.J. (2008) La comunicación política de las instituciones. En Canel, M.J. Comunicación política, Madrid, Tecnos. pp. 83-96.

Canel, M.J. (2007) "El proceso de la comunicación política" (Cap. 1.1/1.2) en Canel, M.J. La comunicación de las instituciones públicas. Madrid: Tecnos. pp 19-35.

Canel, M.J. (2007) "Comunicar la institución con estrategia" (Cap 2.) en Canel, M.J. Comunicación de las instituciones públicas. Madrid. Tecnos. pp. 68-100.

Canel, M. J., (2018) Marco Introdutorio en La Comunicación de la Administración Pública: Para gobernar con la Sociedad. Madrid: FCE, pp. 17-97.

Tema 8. Nuevas tecnologías y comunicación institucional.

Canel, M. J., (2018) ¿Gestionar lo publico en un nuevo entorno digital¿, en La Comunicación de la Administración Pública:

Para gobernar con la Sociedad. Madrid: FCE, pp. 147-171.

Elizalde, L. y M. Riorda (eds.) (2013). Comunicación gubernamental 360. Buenos Aires: La Crujía, pp. 221-281.

Canel, M. J., (2018) Gestionar lo publico en un nuevo entorno digital, en La Comunicación de la Administración Pública: Para gobernar con la Sociedad. Madrid: FCE, pp. 171-230.

Sanders, K. y Canel, M.J. (2013). En busca de un modelo para el estudio de la comunicación de instituciones. En Gutiérrez-García y La Porte, M.T. (Eds.). Tendencias Emergentes en la Comunicación de Instituciones. Pp, 29 51.

Tema 9. La comunicación de la gestión de crisis.

Pont Sorribes, C. (2013). El debate del riesgo y los medios de comunicación, en Comunicar las Emergencias. Barcelona: Editorial UOC.

Pont Sorribes, C. (2013). Las emergencias y los nuevos medios participativos¿ en Comunicar las Emergencias. Barcelona: Editorial UOC.

Pont Sorribes, C. (2013). Consideraciones para mejorar la comunicación en episodios de emergencia, en Comunicar las Emergencias. Barcelona: Editorial UOC.

Tema 10. Comunicación de políticas públicas.

Crespo, I.; Medina, R.M.; Garrido, A.; Belinchón, M. y Parodi, J. (2017). ¿Estamos preparados? La gestión de la comunicación de crisis en la administración pública española. INAP, (capítulo 1).

Moreno, C. (2012). ¿La comunicación de las políticas públicas y la comunicación de campaña¿, Circunstancia 29."Comunicar gobiernos fiables. Análisis de la confianza como valor intangible del Gobierno de España" en Revista de Estudios de Comunicación (Canel y García, 2013)