

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

Codi: 36723
Nom: Comunicació política, institucional i noves tecnologies
Cicle: Grau
Crèdits ECTS: 6
Curs acadèmic: 2025-26

TITULACIONS

Titulació	Centre	Curs	Període
1335 - Grau CC. Polítiques i de l'Administració Pública	Facultat de Dret	3	Primer quadrimestre, Segon quadrimestre, Sin determinar
1930 - Doble Grau en Dret i Ciències Polítiques i de l'Administració Pública	Facultat de Dret	4	Primer quadrimestre, Sin determinar
1931 - Doble Grau en Sociologia i Ciències Polítiques i de l'Administració Pública	Facultat de Dret	4	Segon quadrimestre, Sin determinar

MATÈRIES

Titulació	Matèria	Caràcter
1335 - Grau CC. Polítiques i de l'Administració Pública	Comunicació política, institucional i noves tecnologies	OBLIGATÒRIA
1930 - Doble Grau en Dret i Ciències Polítiques i de l'Administració Pública	Assignatures obligatòries de quart curs	OBLIGATÒRIA
1931 - Doble Grau en Sociologia i Ciències Polítiques i de l'Administració Pública	Assignatures obligatòries de quart curs	OBLIGATÒRIA

COORDINACIÓ

BARBERA ARESTE OSCAR

BARRIO LOPEZ ASTRID

RESUM

Comunicació política, institucional i noves tecnologies és una assignatura obligatòria de tercer curs. L'assignatura està pensada per a introduir als estudiants a la comunicació política i institucional a partir d'una aproximació fonamentalment teòrica. El curs es divideix en dos grans blocs. En el primer s'introdueix l'objecte de l'assignatura i les principals metodologies utilitzades. Es repassen les principals teories i conceptes utilitzats en aquest camp d'estudi. Donada la seua importància es dedica un tema específic a



les teories sobre la formació de l'agenda política. El curs també pretén abordar els principals efectes de la comunicació política en els ciutadans i organitzacions (la conformació de democràcies d'audiència, la personalització, etc), sobretot amb la inclusió de les noves tecnologies i la seua aplicació a les campanyes electorals. La segona part del curs té un *caràter una mica més aplicat. Es repassen les principals estratègies utilitzades en la comunicació institucional i com aquestes canvien en els nous entorns digitals. També s'introdueix als estudiants a la comunicació de l'acció de govern: tant de les diferents polítiques públiques que es promouen com en moments de crisis.

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

No es requereixen requisits específics per a cursar aquesta assignatura. No obstant això, es recomana posseir una capacitat de lectura comprensiva i una correcta expressió oral i escrita en castellà i valencià.

COMPETÈNCIES / RESULTATS D' APRENENTATGE

-

Anàlisi d'informació per a avaluar problemes polítics o de gestió pública i elaborar propostes de millora

Analitzar el disseny, la planificació, la gestió i l'avaluació de les polítiques públiques i fer recomanacions de millora, especialment en les polítiques de gènere, medi ambient i desenvolupament sostenible.

Aplicar críticament les principals teories i enfocaments de la Ciència Política i de l'Administració Pública.

Conèixer i saber analitzar els processos electorals, tant des del punt de vista institucional, com des del del comportament dels actors col·lectius i individuals.

Conèixer i saber analitzar l'estructura i funcionament de les Administracions públiques.

Conèixer i saber analitzar les característiques i pautes d'actuació dels principals actors polítics (partits, sindicats, grups d'interès i nous moviments socials).

Pensament crític.

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 hagen desenvolupat aquelles habilitats d'aprenentatge necessàries per a emprendre estudis posteriors amb un alt grau d'autonomia.

Que els estudiants puguen transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant



especialitzat com no especialitzat.

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 tinguen la capacitat d'arreglar i interpretar dades rellevants (normalment dins de la seua àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguen una reflexió sobre temes rellevants d'índole social, científica o ètica.

Saber analitzar l'estructura i funcionament dels sistemes i processos polítics, els seus elements, així com la seua dimensió històrica, amb especial atenció al sistema polític espanyol i al de la Unió Europea.

Saber analitzar les principals tècniques de gestió en l'Administració Pública i dissenyar estratègies de millora organitzativa i assegurament de la qualitat dels serveis públics davant els reptes del nou entorn digital.

Saber distingir els valors, ideologies, actituds i pautes de comportament dels ciutadans així com la seua evolució temporal.

Saber elaborar informes, dictàmens i treballs de recerca política.

Saber identificar, dissenyar i transmetre missatges i informació política, especialment discursos polítics i campanyes polítiques i institucionals a través de mitjans analògics i digitals.

Saber utilitzar els mètodes i tècniques d'anàlisis quantitatives i qualitatives, així com el mètode comparatiu.

Treball en equip.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. Bloc I: La comunicació política.

1. La comunicació en política: objecte i metodologia.
2. Teories de la comunicació política.
3. Agenda política, agenda mediàtica, i agenda dels ciutadans.
4. Democràcia d'audiència, personalització de la política i la comunicació.
5. Noves tecnologies i comunicació política.
6. Les campanyes electorals.

**2. Bloc II: La comunicació institucional.**

7. La comunicació institucional: objectius, instruments i estratègies.
8. Noves tecnologies i comunicació institucional.
9. La comunicació de la gestió de crisis.
10. Comunicació de polítiques públiques.

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

Activitat	Hores
Teoria-Pràctiques	60,00
Total hores	60,00

ACTIVITATS NO PRESENCIALS

Activitat	Hores
Assistència a altres activitats	5,00
Elaboració de treballs individuals o en grup	40,00
Estudi i treball autònom	35,00
Preparació de classes	10,00
Preparació d'activitats d'avaluació	0,00
Resolució de casos pràctics	0,00
Total hores	90,00

METODOLOGIA DOCENT

La transmissió i adquisició de coneixements es realitzaran, en primer lloc, a través de la classe magistral. El docent exposarà els continguts essencials de l'assignatura acostant-los a la realitat mitjançant el recurs d'exemples de l'actualitat, ús de textos clàssics, casos, textos legals, materials en xarxa, etcètera. En tot moment es demanarà la participació activa dels estudiants. Aquests hauran d'haver preparat prèviament els temes que es tractaran en classe mitjançant l'estudi i treball autònom. De la mateixa manera, s'espera que els estudiants dediquen una part del temps fora de l'aula a repassar el contingut de cadascuna de les lliçons magistrals. Al llarg del curs es realitzaran diverses activitats de caràcter pràctic, tant de manera individual com en equip. Per a això, els alumnes hauran d'utilitzar materials proporcionats pel professor o buscar-los en institucions, biblioteques, internet, etc. Les activitats que es realitzen en classe requeriran de la preparació prèvia dels diversos temes d'estudi, així com la consulta dels materials complementaris que puga indicar el professor. Els exercicis de les activitats pràctiques hauran de ser entregades en la data determinada per a això, sense que s'accepte la seua recepció fora del termini estipulat.

ecepció fora del termini estipulat.p>

AVALUACIÓ



L'avaluació de l'assignatura es compon de 2 elements, tant en la primera com en la segona convocatòria:

a) *Examen*: en acabar el curs es realitzarà una prova final sobre tots els continguts de l'assignatura recollits en aquesta guia docent, s'hagen impartit a l'aula o no, i els materials que es compreguen en les diverses sessions. Aquesta prova tindrà un valor del 60 per cent de la nota global.

b) *Avaluació contínua*: Al llarg del semestre s'aniran fent treballs pràctics i activitats complementàries de diversa índole, que s'hauran d'entregar el dia assenyalat pel professor. Aquesta part tindrà un valor de fins al 40 per cent de la nota final. Perquè l'alumne aconseguisca punts de l'avaluació contínua haurà d'haver assistit a un mínim del 75% de les sessions de classe dedicades a això. A més, per a poder sumar la qualificació obtinguda en l'avaluació contínua (de les sessions pràctiques) a la qualificació en l'examen, l'alumne haurà d'haver obtingut almenys un 4 (sobre 10) en aquest examen final. El contingut de tots aquests treballs d'avaluació contínua constitueix també materials i continguts del curs, per la qual cosa són susceptibles de formar part de la prova de final de curs. El professor explicarà com ha de realitzar-se i entregar-se cada exercici i, posteriorment, entregarà els resultats de les diverses pràctiques abans de l'examen. Les pràctiques (siguen les no realitzades ni entregades en el respectiu termini estipulat, o les ja realitzades o avaluades) no seran recuperables amb posterioritat a la data de lliurament, ni tampoc per a la segona convocatòria (mantenint-se per a aquesta la nota de l'avaluació contínua reeixida al llarg del semestre).

BIBLIOGRAFIA

Manuels recomanats per a l'assignatura:

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.

Bloc I

Tema 1

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

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, PF. (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

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

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

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

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.



Bloc II

Tema 7

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

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

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

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)