

## Guía Docente: Comunicación política

DATOS GENERALES	
<b>Facultad</b>	Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales
<b>Titulación</b>	Grado en Periodismo
<b>Plan de estudios</b>	2020
<b>Materia</b>	Comunicación y relaciones públicas
<b>Carácter</b>	Obligatorio
<b>Período de impartición</b>	Primer Trimestre
<b>Curso</b>	Cuarto
<b>Nivel/Ciclo</b>	Grado
<b>Créditos ECTS</b>	6
<b>Lengua en la que se imparte</b>	Castellano
<b>Prerrequisitos</b>	No se precisa

DATOS DEL PROFESORADO			
<b>Profesor Responsable</b>	Javier Sedano Rodriguez	<b>Correo electrónico</b>	javier.sedano@ui1.es
<b>Área</b>		<b>Facultad</b>	Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales
<b>Perfil Profesional 2.0</b>	<a href="#">Linkedin</a>		

## CONTEXTUALIZACIÓN Y JUSTIFICACIÓN DE LA ASIGNATURA

<b>Asignaturas de la materia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación política</li> <li>• Gabinetes de comunicación</li> <li>• Publicidad y Relaciones Públicas</li> </ul>
<b>Contexto y sentido de la asignatura en la titulación y perfil profesional</b>	<p>'Comunicación política' se imparte en el primer trimestre del cuarto curso del Grado de Periodismo. La comunicación y la política son dos realidades íntimamente vinculadas a lo largo de los siglos. Ambas disciplinas nos vienen acompañando desde prácticamente los primeros grados de cultura porque, muy por encima de otras consideraciones, somos seres sociales y ciudadanos políticos.</p> <p>Teniendo en cuenta ese contexto, la comunicación política se ha convertido en una herramienta básica para la eficaz transmisión de los mensajes y un vehículo esencial para la creación de un marco imprescindible -especialmente en las sociedades democráticas- de intercambio de ideas, necesidades y propuestas entre los principales actores de la escena política: gobierno, partidos, políticos y ciudadanos-electores. Los siglos XX y XXI conforman principalmente el ámbito en el que ha tenido (y está teniendo) lugar esa transformación.</p> <p>Así pues, a lo largo de la materia, de acusado carácter interdisciplinar, resulta necesario reflexionar y conocer la importancia de la comunicación en la política, el campo teórico que define a la disciplina, concretar qué es el poder político, establecer las relaciones entre los medios de comunicación y la política, analizar las campañas electorales, establecer las principales herramientas de comunicación o fijar los criterios que definen la comunicación política en la era digital. Esta es la estructura de la asignatura, básica para poder analizar los mensajes políticos o asesorar profesionalmente en comunicación a un político, partido o institución.</p> <p>Por otro lado, 'Comunicación Política' se relaciona estrechamente con las materias de 'Historia', 'Economía' y 'Publicidad y Relaciones Públicas', que el alumno estudia a lo largo de este grado. La asignatura, más allá del necesario planteamiento teórico, desarrolla además aspectos prácticos que se consideran imprescindibles para el alumno y su futuro profesional.</p>

## COMPETENCIAS QUE ADQUIERE EL ESTUDIANTE Y RESULTADOS DE APRENDIZAJE

<b>Competencias de la asignatura</b>	<p>Básicas y generales</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• CB1: 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.</li> <li>• CB2: 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.</li> <li>• CB3: 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.</li> <li>• CB4: Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.</li> <li>• CB5: Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje</li> </ul>
--------------------------------------	---

- necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- CG03: Comunicar en el lenguaje propio de cada uno de los medios de comunicación tradicionales (prensa, fotografía, radio, televisión), en sus modernas formas combinadas (multimedia) o nuevos soportes digitales (internet), mediante la hipertextualidad.
  - CG04: Utilizar las tecnologías y técnicas informativas y comunicativas, en los distintos medios o sistemas mediáticos combinados e interactivos (multimedia).
  - CG05: Conocer los aspectos formales y estéticos en medios escritos, gráficos, audiovisuales y digitales, así como del uso de técnicas informáticas para la representación y transmisión de hechos y datos mediante sistemas infográficos.
  - CG06: Demostrar capacidad para la ideación, planificación y ejecución de proyectos informativos o comunicativos.
  - CG07: Aplicar las técnicas necesarias para buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente o documento (escrito, sonoro, visual, etc.) de utilidad para la elaboración y procesamiento de información, así como para su aprovechamiento comunicativo persuasivo o de ficción y entretenimiento.
  - CG08: Exponer razonadamente ideas, a partir de los fundamentos de la retórica y de las aportaciones de las nuevas teorías de la argumentación, así como de las técnicas comunicativas aplicadas a la persuasión.

#### Específicas

- CE01: Comprender las implicaciones que, para los medios de comunicación actuales, tienen las distintas teorías de la información y la comunicación.
- CE02: Conocer los diferentes elementos que distinguen a unos géneros periodísticos de otros de manera que se pueda proceder a la elaboración de textos adaptados a las necesidades informativas.
- CE03: Conocer cuáles son los procesos técnicos que intervienen en la comunicación de contenidos mediáticos.
- CE04: Comprender la dimensión económica, política, cultural y social de los medios de comunicación.
- CE05: Conocer las características, sistemas de planificación y dinámicas de comercialización propias de las empresas informativas, en función de sus objetivos, visiones y misiones, de manera que el egresado pueda poner en marcha proyectos propios.
- CE06: Comprender las dinámicas internas de la evolución diacrónica de los acontecimientos históricos y su posible relación con los medios de comunicación.
- CE07: Demostrar un conocimiento riguroso de los principales rasgos del sistema jurídico incluyendo cierta familiaridad con sus instituciones y procedimientos identificando las preocupaciones y valores sociales subyacentes en las normas y principio jurídicos.
- CE09: Desarrollar la capacidad de diseñar, redactar, ejecutar y gestionar proyectos e informes, y asesorar sobre situaciones concretas de empresas utilizando técnicas instrumentales en el análisis y solución de problemas empresariales y en la toma de decisiones.
- CE10: Comprender los modelos teóricos de construcción narrativa de las obras audiovisuales.
- CE12: Aplicar los conocimientos adquiridos para escribir con fluidez textos, escaletas o guiones.
- CE14: Comprender el lenguaje propio de cada uno de los géneros periodísticos en prensa.
- CE15: Aplicar las técnicas necesarias para la producción de textos periodísticos en cada uno de los géneros periodísticos.
- CE16: Comprender el lenguaje propio de cada uno de los géneros periodísticos en radio.
- CE17: Comprender el lenguaje propio de cada uno de los géneros periodísticos en televisión.
- CE18: Comprender la naturaleza fronteriza de géneros entre el periodismo y la

	literatura.
<b>Resultados de aprendizaje de la asignatura</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adquisición de un lenguaje conceptual de teoría y comunicación política.</li> <li>• Capacidad de lectura crítica de textos y análisis de procesos políticos contemporáneos.</li> <li>• Análisis de los procesos de comunicación e información dentro del ámbito sociopolítico</li> </ul>

## PROGRAMACION DE CONTENIDOS

<b>Breve descripción de la asignatura</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Política y procesos comunicativos.</li> <li>• La representación mediática de la gestión política.</li> <li>• Entretenimiento y persuasión en comunicación política.</li> <li>• La construcción de la relevancia política.</li> <li>• Las campañas electorales.</li> <li>• Prácticas políticas emergentes en comunicación mediada.</li> </ul>
<b>Contenidos</b>	<p><b>UD 1. La comunicación política. Un punto de partida</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conceptos inseparables.</li> <li>• La política como problema.</li> <li>• Encrucijada de disciplinas.</li> <li>• Breve desarrollo histórico de la comunicación política.</li> </ul> <p><b>UD2. El campo de la comunicación política</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definición y conceptos clave.</li> <li>• Principales actores de la comunicación política.</li> <li>• Teorías y enfoques.</li> <li>• Modelos de la comunicación política.</li> <li>• Comunicación política y opinión pública.</li> </ul> <p><b>UD 3. Medios, política y democracia</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Medios de comunicación y política.</li> <li>• Evolución de los medios y su impacto en la comunicación política.</li> <li>• Las relaciones con los medios.</li> <li>• ¿Medios al servicio del poder político?</li> <li>• El poder de las audiencias. El factor entretenimiento.</li> <li>• Planificación de medios.</li> </ul> <p><b>UD 4. La comunicación política en las campañas electorales</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Principales estrategias de comunicación política.</li> <li>• Las campañas electorales.</li> <li>• La estrategia de la campaña electoral.</li> <li>• El marketing político.</li> <li>• Asesoría y consultoría política.</li> <li>• El liderazgo. La construcción de la imagen política.</li> <li>• Discursos de campaña.</li> <li>• Los debates electorales</li> </ul> <p><b>UD 5. Principales herramientas de comunicación e imagen corporativa</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El <i>lobbying</i>.</li> </ul>

- La entrevista.
- La rueda de prensa.
- La nota de prensa.
- El viaje con medios.
- La comunicación institucional.
- Imagen corporativa.
- Comunicación de crisis.
- Otras herramientas.

#### UD 6. La comunicación política en la era digital

- La ciberpolítica y la ciberdemocracia.
- La obsesión por un Gobierno Abierto. Transparencia.
- Nuevas tendencias en comunicación política.
- La influencia de las redes sociales. Las *fake news*.
- La era de la manipulación y la desinformación.

### METODOLOGÍA

#### Actividades formativas

**Contenidos teóricos:** todas las unidades conjugan la presencia de contenidos teóricos con cuestionarios de autoevaluación o de repaso, con el fin de consolidar los conocimientos adquiridos en cada uno de ellos.

**Foro de debate:** se abrirá un foro de debate con el que los alumnos podrán interactuar entre ellos. La comunicación, como parte indisoluble de la comunicación política, se convierte en una actividad y cualidad prioritaria en el ámbito teórico-práctico de esta asignatura, por este motivo es fundamental plantear un foro en el que se pueda preguntar, responder y, en definitiva, compartir opiniones.

**Cuestionario evaluable:** se incluye un cuestionario que recoge parte de los contenidos del curso, con el objetivo de afianzar y evaluar lo aprendido hasta ese momento.

**Estudio de caso:** se propone un estudio de caso final con el que se trabajará buena parte de los conocimientos que en materia de comunicación política se han aprendido a lo largo del curso. Se puede entender como una actividad de planteamiento global y cierre de materia.

#### Prueba de Evaluación por Competencias (PEC)

En el caso de optar por la opción 2 de evaluación (PEC+ examen final), el estudiante tendrá que realizar la prueba de evaluación de competencias (PEC). Esta prueba se define como una actividad integradora a través de la cual el estudiante deberá demostrar la adquisición de competencias propuestas en la asignatura, vinculadas principalmente al «saber hacer». Para ello hará entrega de un conjunto de evidencias en respuesta a los retos propuestos en esta prueba. La entrega se realizará antes de finalizar la asignatura.

### EVALUACIÓN

#### Sistema evaluativo

El sistema de evaluación se basará en una selección de las pruebas de evaluación más adecuadas para el tipo de competencias que se trabajen. El sistema de calificaciones estará acorde con la legislación vigente (*Real Decreto 1125/2003, de 5 de septiembre, por*

*el que se establece el sistema europeo de créditos y el sistema de calificaciones en las titulaciones universitarias de carácter oficial y de validez en todo el territorio nacional).*

El sistema de evaluación de la Universidad Isabel I queda configurado de la siguiente manera:

### **Sistema de evaluación convocatoria ordinaria**

#### **Opción 1. Evaluación continua**

Los estudiantes que opten por esta vía de evaluación deberán realizar el **seguimiento de la evaluación continua (EC)** y podrán obtener hasta un **60 %** de la calificación final a través de las actividades que se plantean en la evaluación continua.

Además, deberán realizar un **examen final presencial (EX)** que supondrá el **40 %** restante. Esta prueba tiene una parte dedicada al control de la identidad de los estudiantes que consiste en la verificación del trabajo realizado durante la evaluación continua y otra parte en la que realizan diferentes pruebas teórico-prácticas para evaluar las competencias previstas en cada asignatura.

Para la aplicación de los porcentajes correspondientes, el estudiante debe haber obtenido una nota mínima de un 4 en cada una de las partes de las que consta el sistema de evaluación continua.

Se considerará que el estudiante supera la asignatura en la convocatoria ordinaria por el sistema de evaluación continua, siempre y cuando al aplicar los porcentajes correspondientes se alcance una calificación mínima de un 5.

#### **Opción 2. Prueba de evaluación de competencias**

Los estudiantes que opten por esta vía de evaluación deberán realizar una **prueba de evaluación de competencias (PEC)** y un **examen final presencial (EX)**.

La **PEC** se propone como una prueba que el docente plantea con el objetivo de evaluar en qué medida el estudiante adquiere las competencias definidas en su asignatura. Dicha prueba podrá ser de diversa tipología, ajustándose a las características de la asignatura y garantizando la evaluación de los resultados de aprendizaje definidos. Esta prueba supone el 50 % de la calificación final.

El **examen final presencial**, supondrá el **50 %** de la calificación final. Esta prueba tiene una parte dedicada al control de la identidad de los estudiantes que consiste en la verificación del seguimiento de las actividades formativas desarrolladas en el aula virtual y otra parte en la que realizan diferentes pruebas teórico-prácticas para evaluar las competencias previstas en cada asignatura.

Al igual que con el sistema de evaluación anterior, para la aplicación de los porcentajes correspondientes el estudiante debe haber obtenido una puntuación mínima de un 4 en cada una de las partes de las que consta la opción de prueba de evaluación de competencias.

Se considerará que el estudiante supera la asignatura en la convocatoria ordinaria por el sistema de la prueba de evaluación de competencias siempre y cuando al aplicar los porcentajes correspondientes se alcance una calificación mínima de un 5.

### Características de los exámenes

Los exámenes constarán de 30 ítems compuestos por un enunciado y cuatro opciones de respuesta, de las cuales solo una será la correcta. Tendrán una duración de 90 minutos y la calificación resultará de otorgar 1 punto a cada respuesta correcta, descontar 0,33 puntos por cada respuesta incorrecta y no puntuar las no contestadas. Después, con el resultado total, se establece una relación de proporcionalidad en una escala de 10.

### Sistema de evaluación convocatoria extraordinaria

Todos los estudiantes, independientemente de la opción seleccionada, que no superen las pruebas evaluativas en la convocatoria ordinaria tendrán derecho a una convocatoria extraordinaria.

La convocatoria extraordinaria completa consistirá en la realización de una **prueba de evaluación de competencias** que supondrá el **50 %** de la calificación final y un **examen final presencial** cuya calificación será el **50 %** de la calificación final.

Para la aplicación de los porcentajes correspondientes, el estudiante debe haber obtenido una nota mínima de un 4 en cada una de las partes de las que consta el sistema de evaluación de la convocatoria extraordinaria.

Los estudiantes que hayan suspendido todas las pruebas evaluativas en convocatoria ordinaria (evaluación continua o prueba de evaluación de competencias y examen final) o no se hayan presentado deberán realizar la convocatoria extraordinaria completa, como se recoge en el párrafo anterior.

En caso de que hayan alcanzado una puntuación mínima de un 4 en alguna de las pruebas evaluativas de la convocatoria ordinaria (evaluación continua o prueba de evaluación de competencias y examen final), se considerará su calificación para la convocatoria extraordinaria, debiendo el estudiante presentarse a la prueba que no haya alcanzado dicha puntuación o que no haya realizado.

En el caso de que el alumno obtenga una puntuación que oscile entre el 4 y el 4,9 en las dos partes de que se compone la convocatoria ordinaria (EC o PEC y examen), solo se considerará para la convocatoria extraordinaria la nota obtenida en la evaluación continua o prueba de evaluación de competencias ordinaria (en función del sistema de evaluación elegido), debiendo el alumno realizar el examen extraordinario para poder superar la asignatura.

Al igual que en la convocatoria ordinaria, se entenderá que el alumno ha superado la materia en convocatoria extraordinaria si, aplicando los porcentajes correspondientes, se alcanza una calificación mínima de un 5.

## BIBLIOGRAFÍA Y OTROS RECURSOS

### Bibliografía básica

Castromil, A. R. (2017). *Ciencia política para periodistas. Ideas para una información más rigurosa*. Editorial UOC.

Manual muy útil para introducirse en los fundamentos de la ciencia política desde la perspectiva de los medios y los periodistas. El alumno podrá encontrar en él los conceptos y los temas básicos para entender la política, el comportamiento de los partidos políticos y

los objetivos de las campañas electorales. Además, el libro reflexiona ampliamente sobre el papel de los medios en la democracia y su influencia sobre la política.

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

Manual de referencia en el ámbito de la comunicación política y un texto básico para todos aquellos que quieran profundizar en esta materia interdisciplinar. Una reflexión fascinante sobre los actores políticos, sus relaciones, los lenguajes y los formatos de la información política, y las relaciones de influencia entre los medios y los partidos.

### **Bibliografía complementaria**

Arroyo, L. (2012). *El poder político en escena. Historia, estrategias y liturgias de la comunicación política*. RBA.

Canel, M. J. (2006). *Comunicación política: una guía para su estudio y práctica*. Tecnos.

Castromil, A.R., Humanes, M.L. y García Tojar, L. (2020). *La Comunicación Política en la era de la Mediatización*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Cicerón, Quinto Tulio. *Breviario de campaña electoral*. Cuadernos del Acantilado (2011).

Crespo, I., Garrido, A., Carletta, I. y Riorda, M. (2011). *Manual de comunicación política y estrategias de campaña. Candidatos, medios y electores en una nueva era*. Editorial Biblos.

Dader, J. L. y Campos Domínguez, E. (Coord.). (2017). *La búsqueda digital del voto. Cibercampañas electorales en España 2015-16*. Editorial Tirant lo Blanch.

García Beaudoux, V. D'Adamo, O. y Slavinsky, G. *Comunicación política y campañas electorales. Estrategias en elecciones presidenciales*. Gedisa editorial.

Gil Calvo, E. (2018). *Comunicación política. Caja de herramientas*. Ed. Catarata.

Kenski, K. & Jamieson, K. H. (Ed.). (2017). *The Oxford Handbook of Political Communication*. Oxford University Press.

Maquiavelo, N. *El Príncipe*. Ediciones Akal (2010).

Martín Salgado, L. (2002). *Marketing político. Arte y ciencia de la persuasión en democracia*. Ediciones Paidós.

McNair, B. (2003). *An introduction to political communication*. Routledge.

Noelle-Neumann, E. (2010). *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*. Ediciones Paidós.

Rúas, J. y Capdevila, A. (2017). La comunicación política hoy: retos y amenazas. *Communication & Society*, 30(3), 145-153.

### **Otros recursos**

**Asociación de Comunicación Política (ACOP).**

Publicaciones. <https://compolitica.com/publicaciones-acop/>

Acceso a las publicaciones más destacadas de la ACOP, entre las que cabe destacar su revista, una de las publicaciones con más contenido del sector de la comunicación política.

**Asociación de la Prensa de Madrid (APM).** Informe Anual de la Profesión

Periodística. <https://www.apmadrid.es/publicaciones/informe-anual-de-la-profesion/>

La APM publica anualmente el principal informe en nuestro país sobre la profesión periodística. Interesante para estudiar un actor básico en la comunicación política: los periodistas y los medios.

**Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).**

Barómetros. [https://www.cis.es/cis/opencm/ES/11\\_barometros/index.jsp](https://www.cis.es/cis/opencm/ES/11_barometros/index.jsp)

El CIS realiza todos los meses el principal estudio que se elabora en nuestro país sobre el estado de la opinión pública española en cada momento. Fundamental para entender las tendencias del ciudadano.

**Congreso de los Diputados.** Intervenciones. <https://www.congreso.es/es/busqueda-de-intervenciones>

Acceso a la enorme base de datos de la Cámara Baja en la que se encuentran las intervenciones de todos los parlamentarios desde la legislatura constituyente (1977-1979).

**Fundación Alternativas.** Publicaciones. <https://fundacionalternativas.org/publicaciones/>

Acceso a la interesante y nutrida sección de 'Publicaciones' de la Fundación Alternativas. Destacan su anuario: *Informe sobre la Democracia en España*.