

**GUÍA DOCENTE CURSO 2024-2025**

**FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA**

<b>Datos de la asignatura</b>	
<b>Nombre</b>	Política, Información y Comunicación
<b>Código</b>	0000008014 (U. Pontificia Comillas) 143927 (U. Deusto) P1053 (U. Ramon Llull)
<b>Titulación</b>	Grado en Filosofía, Economía y Política
<b>Curso</b>	Tercero
<b>Cuatrimestre</b>	1º
<b>Créditos ECTS</b>	6
<b>Carácter</b>	Obligatoria
<b>Universidad</b>	Universidad de Deusto, Universidad Pontificia Comillas, Universitat Ramon Llull
<b>Horario</b>	Modalidad presencial: *A determinar
<b>Docente</b>	Ion Muñoa Errasti (UD), Roberto Rodríguez Andrés (UPC), Paris Grau Garcerán (URL),
<b>Descriptor</b>	En esta asignatura se pretende que el alumno adquiera los conocimientos básicos sobre los procesos de comunicación social, los procesos de generación de la opinión pública y los fundamentos de la comunicación política.
<b>Modalidad de impartición</b>	Presencial (U. Deusto, U. Pontificia Comillas y U. Ramon Llull)

**Datos del profesorado**

**Docente modalidad presencial (U. Deusto)**

<b>Nombre</b>	Ion Muñoa Errasti
<b>Departamento</b>	Comunicación
<b>Despacho</b>	219 (P. Arrupe). Campus Donostia-San Sebastián
<b>e-mail</b>	ion.munoa@deusto.es
<b>Teléfono</b>	943326600 (ext. 5614)
<b>Horario de Tutorías</b>	Se solicitará cita previa a través de la plataforma. Se responderá en un máximo de 48 hs.
<b>Docente modalidad presencial (U. Comillas)</b>	
<b>Nombre</b>	Roberto Rodríguez Andrés
<b>Departamento</b>	Traducción e Interpretación y Comunicación Multilingüe
<b>Despacho</b>	
<b>e-mail</b>	rrodriguez@comillas.edu
<b>Teléfono</b>	
<b>Horario de Tutorías</b>	Se solicitará cita previa a través de la plataforma. Se responderá en un máximo de 48 horas.
<b>Docente modalidad presencial (U. Ramon Llull)</b>	
<b>Nombre</b>	Paris Grau Garcerán
<b>Departamento</b>	Filosofía y Humanidades
<b>Despacho</b>	La Salle - URL
<b>e-mail</b>	<a href="mailto:paris.grau@salle.url.edu">paris.grau@salle.url.edu</a>
<b>Teléfono</b>	-
<b>Horario de Tutorías</b>	Se solicitará cita previa a través de la plataforma. Se responderá en un máximo de 48 hs.

## DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

<b>Contextualización de la asignatura</b>
<b>Aportación al perfil profesional de la titulación</b>

En esta asignatura los estudiantes desarrollarán las principales competencias y los conocimientos básicos para entender los procesos de comunicación social y los procesos de generación de opinión pública de nuestras sociedades. Comprender los principales mecanismos por los que se conforma la opinión pública, así como el papel que en ello desempeñan los medios de comunicación (y otros medios) y los diferentes actores, es fundamental a la hora de interpretar la dimensión pública de nuestra realidad social. Partiendo de los principales marcos referenciales de la materia, se abordarán debates, problemas y desafíos actuales como la *posverdad*, *las fake news*, la manipulación de los procesos electorales, etc. Todo ello, para que desde una base científica y analítica, los alumnos desarrollen su mirada crítica hacia los procesos de comunicación social y la opinión pública.

#### **Prerrequisitos**

Ninguno

### **Competencias - Objetivos**

#### **Competencias de la asignatura**

##### **Básicas y Generales**

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.

CB4 - Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.

CG5 - Identificar y analizar los elementos más significativos que integran y conforman las diferentes realidades sociales para interpretarlas y explicarlas desde un enfoque sistémico a través de modelos holísticos propios de las áreas de conocimiento del grado (filosofía, política y economía).

##### **Transversales (si las hubiera)**

CT4 - Reconocer los conflictos éticos en las diferentes situaciones de la vida personal y profesional, y discernir críticamente las diferentes opciones de comportamiento usando los conceptos, principios y procedimientos propios de la racionalidad de este saber para tomar las decisiones que mejor se correspondan con ellos.

##### **Específicas**

CE1 - Seleccionar los principios teóricos adecuados de las principales teorías y enfoques trabajados en el grado para argumentar desde diferentes perspectivas y apoyando tales argumentos en la utilización de metodologías de análisis, paradigmas y conceptos propios de las Ciencias Sociales y Humanas.

CE3 - Analizar la diversidad contemporánea teniendo en cuenta las diferentes disciplinas del grado a través de la identificación de los problemas, la recogida y análisis de datos y la interpretación de los resultados.

CE6 - Formular problemas de contenido político, económico y social, identificando las fuentes necesarias para la elaboración de un análisis diagnóstico de la situación y proponer una síntesis de los resultados obtenidos.

CE7 - Emitir juicios que incluyan una reflexión ética sobre temas fundamentales de carácter filosófico, político, social y económico en un contexto representativo de la sociedad tanto internacional como local.

## BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

<b>Contenidos – Unidades Temáticas</b>
<b>UNIDAD 1: HISTORIA Y FUNDAMENTOS DE LA OPINIÓN PÚBLICA</b>
<b>Tema 1: Introducción al concepto de opinión pública</b>
1.1. Definiciones. ¿Qué es la <i>opinión pública</i> ? 1.2. Principales elementos del concepto <i>opinión pública</i> . 1.3. Historia del concepto de <i>opinión pública</i> .
<b>Tema 2: Procesos de generación de la opinión pública</b>
2.1. ¿Quién es el sujeto de la opinión pública? 2.2. Principales visiones y corrientes sobre el sujeto de la opinión pública 2.3. La complejidad de los procesos de conformación de la opinión pública 2.4. Elementos clave en la generación de la opinión pública
<b>Tema 3: Medios de comunicación, sistema político y opinión pública</b>
3.1. Funciones y efectos de los medios de comunicación en la opinión pública 3.2. Principales teorías sobre la relación de los medios y la opinión pública 3.3. Principales visiones sobre la relación entre la opinión pública y el sistema político 3.4. Las funciones clásicas de la opinión pública en las democracias liberales 3.5. Debates actuales

<b>Tema 4: Medir la opinión pública</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>4.1. Historia de las mediciones de la opinión pública</li> <li>4.2. Encuestas y otras formas de medición</li> <li>4.3. Dificultades actuales para medir la opinión pública</li> </ul>
<b>UNIDAD 2: COMUNICACIÓN POLÍTICA</b>
<b>Tema 5: Introducción a la comunicación política</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>5.1. Breve historia de la comunicación política</li> <li>5.2. Principales elementos en la comunicación política</li> <li>5.3. Comunicación electoral o de campaña</li> <li>5.4. Comunicación de las instituciones públicas</li> </ul>
<b>Tema 6: La comunicación política hoy</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>6.1. Espectacularización de la comunicación política</li> <li>6.2. El poder de la imagen y lo audiovisual</li> <li>6.3. Transformaciones generadas por los medios digitales</li> <li>6.4. Principales corrientes actuales</li> </ul>
<b>Tema 7: Gestionar la comunicación política</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>7.1. Procesos, actores y herramientas para la gestión de la comunicación política</li> <li>7.2. La planificación estratégica de la comunicación política.</li> </ul>

## METODOLOGÍA DOCENTE

<b>Aspectos metodológicos generales de la asignatura</b>
<b>Metodología Presencial</b>
<p>Con carácter general se espera que los estudiantes acudan a clase y se estimulará el desarrollo de su pensamiento crítico y capacidad analítica a través de debates sobre temas de actualidad en la opinión pública, vinculados al conocimiento que van acumulando sobre el tema. Se combinarán clases teóricas de exposición de contenidos, con sesiones prácticas en las que se irán elaborando las diferentes actividades tanto individuales como grupales. Asimismo, se plantearán diferentes debates, conferencias invitadas y workshops, en los que se abordarán casos prácticos y reales que ilustren el contenido que se va desarrollando en la asignatura. Además de ello, los alumnos tendrán que trabajar fuera de las sesiones presenciales del aula, en las diferentes actividades, lecturas y estudios que deberán realizar.</p>

<b>RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNADO</b>			
<b>MODALIDAD PRESENCIAL UNIVERSIDAD DE DEUSTO</b>			
<b>Trabajo en el aula</b>		<b>Trabajo o actividades fuera del aula</b>	
Clases teóricas (Exposición de contenidos)	(Actividades que se desarrollan en el aula)	Elaboración de trabajos individuales o grupales	Estudio: preparación de la evaluación
30	30	60	30
<b>MODALIDAD PRESENCIAL U. RAMON LLULL</b>			
Clases teórico-prácticas		Elaboración de trabajos individuales o grupales	Estudio: preparación de la evaluación
60		45	45
<b>MODALIDAD PRESENCIAL UNIVERSIDAD COMILLAS</b>			
<b>Encuentros virtuales programados</b>		<b>Trabajo o actividades autónomas</b>	
<b>CRÉDITOS ECTS:</b>			<b>6</b>

## **EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN**

<b>MODALIDAD PRESENCIAL (UNIVERSIDAD DE DEUSTO)</b>
---

<b>Actividades de evaluación</b>	<b>CRITERIOS</b>	<b>PESO</b>
<p>PROYECTO GRUPAL. En grupos de trabajo se deberá diseñar la campaña de comunicación de un partido, un responsable político, un candidato o una institución pública, teniendo en cuenta el contexto (social, político, económico, cultural, etc.) y desarrollando los diferentes elementos que debe tener esa campaña: objetivos, mensajes, relato, medios, públicos, estrategia, etc. Esta actividad se desarrollará durante todo el semestre y tendrá varias fases que se especificarán a lo largo del curso. Al final del semestre, se deberá entregar el resultado final en forma de trabajo académico y con la posible de exposición pública al resto de compañeros del aula.</p>	<p>Se valorará la aplicación de los marcos conceptuales, la metodología utilizada, la capacidad analítica y el pensamiento estratégico</p>	30%
<p>ACTIVIDADES INDIVIDUALES. En cada unidad didáctica los estudiantes realizarán una actividad individual relacionada con el contenido trabajado. En total serán dos actividades que se plantearán al inicio de cada unidad y se deberán entregar al final. Los dos trabajos tendrán el mismo valor en la calificación final.</p>	<p>Se valorará la adecuación del trabajo al contenido de la unidad y el enunciado planteado, así como su rigor académico.</p>	20%
<p>SEGUIMIENTO y PARTICIPACIÓN. En los diferentes temas, se plantearán lecturas, cuestionarios y debates. Serán actividades que servirán para el desarrollo y seguimiento de la asignatura.</p>	<p>Se valorará la correcta realización y participación de las actividades planteadas</p>	20%
<p>PRUEBA ESCRITA FINAL.</p>	<p>Conocimiento general básico de los contenidos aprendidos durante el curso</p>	30%

<b>MODALIDAD PRESENCIAL (UNIVERSITAT RAMON LLULL)</b>		
<b>Actividades de evaluación</b>	<b>CRITERIOS</b>	<b>PESO</b>

<p>PROYECTO GRUPAL. En grupos de trabajo se deberá diseñar la campaña de comunicación de un partido, un responsable político, un candidato o una institución pública, teniendo en cuenta el contexto (social, político, económico, cultural, etc.) y desarrollando los diferentes elementos que debe tener esa campaña: objetivos, mensajes, relato, medios, públicos, estrategia, etc. Esta actividad se desarrollará durante todo el semestre y tendrá varias fases que se especificarán a lo largo del curso. Al final del semestre, se deberá entregar el resultado final en forma de trabajo académico y con la posible de exposición pública al resto de compañeros del aula.</p>	<p>Se valorará la aplicación de los marcos conceptuales, la metodología utilizada, la capacidad analítica y el pensamiento estratégico</p>	<p>30%</p>
<p>ACTIVIDADES INDIVIDUALES. En cada unidad didáctica los estudiantes realizarán una actividad individual relacionada con el contenido trabajado. En total serán dos actividades que se plantearán al inicio de cada unidad y se deberán entregar al final. Los dos trabajos tendrán el mismo valor en la calificación final.</p>	<p>Se valorará la adecuación del trabajo al contenido de la unidad y el enunciado planteado, así como su rigor académico.</p>	<p>25%</p>
<p>ASISTENCIA, SEGUIMIENTO y PARTICIPACIÓN. Asistir a las sesiones teórico-prácticas. Los alumnos dispondrán de un margen de dos ausencias no justificadas; mientras no las superen, podrán aspirar al 100% de la nota en este apartado. Una tercera ausencia no justificada supondrá que, como máximo, la nota de asistencia y participación sea de un 5/10 en este apartado. A partir de la cuarta ausencia, el alumno obtendrá un 0/10 en este apartado y por tanto podrá aspirar, como máximo, a un 8,5 en la asignatura. En los diferentes temas, se plantearán lecturas, cuestionarios y debates. Serán actividades que servirán para el desarrollo y seguimiento de la asignatura.</p>	<p>Se valorará la asistencia a clase, así como la correcta realización y participación de las actividades planteadas</p>	<p>15%</p>
<p>PRUEBA ESCRITA FINAL.</p>	<p>Conocimiento general básico de los contenidos aprendidos durante el curso</p>	<p>30%</p>

Para poder ser evaluado en la convocatoria ordinaria se tienen que haber realizado todas las actividades objeto de evaluación. Las actividades evaluables han de entregarse en las fechas indicadas por el/la profesor/a. Si por alguna razón debidamente, justificada y comunicada al/a la profesor/a, no se hubieran podido entregar en el período fijado, se podrá hacer antes de la fecha de realización del examen de la asignatura, de manera que el/la profesor/a pueda calificarlas, aunque en este caso no estará obligado a remitir al alumno/a sus comentarios sobre esas actividades.

Por otro lado, el/la alumno/a tiene derecho a realizar la prueba escrita final, aunque no haya entregado todas las demás actividades objeto de evaluación, pero solo se calculará la nota final de la asignatura si ha entregado todas las actividades y según los criterios de evaluación y las ponderaciones establecidos en esta guía docente. En caso de no haber entregado o realizado alguna actividad objeto de evaluación constará en el acta como "No presentado" en la convocatoria.

Utilización de herramientas de IA: Si se utilizan herramientas de IA en alguna actividad, debe introducirse un párrafo indicando para qué se ha utilizado IA y cuáles son las indicaciones que se

han utilizado para obtener los resultados. No hacerlo es una violación a las políticas de honestidad académica.

#### **CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA:**

Los criterios de evaluación son los mismos que en la convocatoria ordinaria, por lo que hay que aportar todas las actividades de evaluación consideradas en el curso. Se guardarán las notas de las actividades realizadas, a la espera de que se realicen las actividades pendientes. En esta evaluación se aplicarán los mismos criterios de ponderación que en la evaluación ordinaria.

## **BIBLIOGRAFÍA**

<b>Bibliografía Básica</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>- MONZÓN, C.: Opinión pública, comunicación y política: la formación del espacio público. Madrid: Tecnos, 2006.</li><li>- BOURDIEU, P.: Sobre la televisión. Barcelona: Anagrama, 1997.</li><li>- CANEL, M.J.: Comunicación política: técnicas y estrategias para la sociedad de la información. Madrid: Tecnos, 1999.</li><li>- RODRÍGUEZ ANDRÉS, R.: La persuasión política: claves para mejorar la comunicación entre política y ciudadanía en tiempos de desafección. Madrid: CIS, 2021.</li></ul>
<b>Bibliografía Complementaria</b>

- BERINSKY, A.J.: New Directions in Public Opinion. New York: Routledge, 2016.
- BÖKELMAN, F.: Formación y funciones de la opinión pública. Barcelona: Gustavo Gili, 1983.
- CAMPOS ZABALA, M.V.: La opinión pública: del primer liberalismo a la era de la globalización. En red: <http://hdl.handle.net/10115/3089>.
- CANEL, M.J.: Comunicación de las instituciones públicas. Madrid: Tecnos, 2007.
- CAPELLAN, G.: Opinión Pública. Historia y presente. Madrid: Trotta, 2008.
- CASTELLS, M.: Comunicación y poder. Madrid: Alianza, 2009.
- CURRAM, J.; et al.: Sociedad y comunicación de masas. México: F.C.E., 1981.
- D'ADAMO, O.J.; GARCÍA BEAUDOUX, V.; FREIDENBERG, F.: Medios de comunicación y opinión pública. Ed. McGraw-Hill, 2007.
- DADER, J.L.: El periodista en el espacio público. Barcelona: Bosch, 1992.
- DEL REY MORATÓ, J.: Comunicación política, internet y campañas electorales: de la teledemocracia a la ciberdemocracia. Madrid: Tecnos, 2007.
- DONSBACH, W. y TRAUGOTT M.W. (ed.): The SAGE Handbook of Public Opinion Research. London: SAGE, 2008.
- ECHEVERRÍA, J.: Periodismo electrónico y señores del aire. En red: <http://www.iecat.net>
- FOX, E. (ed.): Medios de comunicación y política en América Latina. México: Gustavo Gili, 1990.
- GARCÍA FERRANDO; et al.: El análisis de la realidad social. Madrid: Alianza, 1986.
- GRABER, D.: El poder de los medios de la política. Buenos Aires: Latinoamérica, 1987.
- HABERMAS, J.: Historia y crítica de la opinión pública. Barcelona: Gustavo Gili, 1981.
- MARTÍNEZ Y COMA, F.: ¿Por qué importan las campañas electorales? Madrid: CIS, 2008.
- MARQUÉS, J.: Política y Propaganda. Medios de comunicación y opinión pública. Barcelona: UOC ediciones, 2016.
- MCQUAIL, D.: Introducción a la teoría de la comunicación de masas. Barcelona: Paidós, 1985.
- MONZÓN, C.: La opinión pública: teorías, conceptos y métodos. Madrid: Tecnos, 1990.
- MORAGAS, M. de (ed.): Sociología de la comunicación de masas. Barcelona: Gustavo Gili, 1985.
- MUÑOZ ALONSO, A.: Política y nueva comunicación. Madrid: Fundesco, 1989.
- MUÑOZ ALONSO, A.: La espiral del silencio en el País Vasco. En red: <http://www.cuentayrazon.org/revista/pdf/033/Num033-077.pdf>
- NOELLE-NEUMANN, E.: La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social. Barcelona: Paidós, 1995.
- PÉREZ GARCÍA, D.: Técnicas de comunicación política: el lenguaje de los partidos. Madrid: Tecnos, 2003.

- PRICE, V.: La opinión pública: esfera pública y comunicación. Barcelona: Paidós, 1994.
- REQUENA SANTOS, F.: Redes sociales y sociedad civil. Madrid: CIS, 2008.
- RUIZ SAN ROMÁN, J.: Introducción a la tradición clásica de la opinión pública.
- SAMPEDRO, V.: Opinión pública y democracia deliberativa: medios, sondeos y urnas. Madrid: Istmo, 2000.
- SAMPEDRO, V.: Opinión pública y democracia deliberativa: medios, sondeos y urnas. Madrid: Istmo, 2000.
- STOEZEL, J.; GIRAD, A.: Las encuestas de opinión pública. Madrid: C.I.S., 1982.
- VILLALOBOS, C.: Los inmigrantes y la delincuencia en prensa. Una imagen distorsionada. Sevilla: Universidad de Sevilla, 2009.
- ZALLER, J. R.: La naturaleza y los orígenes de la opinión pública. Madrid: C.I.S., 2014

Los demás materiales necesarios para el desarrollo de la asignatura se concretarán en clase.

