



COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL

Prof. Dr. Luis A. Martínez

luisam03@ucm.es

Departamento Ciencia Política y de la Administración.

Despacho 3417. Curso académico 2024-2025

Cuatrimestre: 2º

BREVE DESCRIPCIÓN.

La asignatura enfoca la comunicación institucional desde la perspectiva más práctica posible, con el objetivo último de que los alumnos creen su propio Plan y Programa de Comunicación Institucional completo. De este modo, podrán conocer todas las fases y roles que la comunicación tiene en las administraciones públicas y, también, en distintos organismos públicos o privados con vocación institucional (Fundaciones, Asociaciones, etc.).

A lo anterior se añade una breve perspectiva histórica que explica el por qué de la necesidad de comunicar desde lo público así como el estudio de campañas de comunicación reales y su análisis pormenorizado en virtud de la institución anunciante, los recursos aplicados, los públicos y los *media* que se han utilizado.

La Asignatura se completa con 1 práctica individual. En Aula Virtual, bibliografía, textos básicos y materiales de apoyo de cada parte.

OBJETIVO.

Identificar, definir y articular la relación conceptual entre la práctica de las administraciones públicas en comunicación como hecho intrínseco a la vida política, social y económica de las instituciones mediante la aplicación práctica de los instrumentos y herramientas más característicos de la comunicación institucional.

PROGRAMA.

TEMA 1. POR QUÉ LA COMUNICACIÓN DEVINO UN ACTIVO DEL GOBIERNO, LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS Y LA SOCIEDAD.

- 1.1. La necesidad de conocer la opinión pública y el sentido del gobierno y la administración bajo este enfoque.
- 1.2. Principales conceptos y momentos históricos a través de los cuales va convergiendo la comunicación, el marketing y las instituciones en el siglo XX y XXI.
- 1.3. Retos de la comunicación institucional hoy.
- 1.2. Más allá de la comunicación como instrumento: la teoría de la constitución comunicativa de las organizaciones.

TEMA 2. LA COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL APLICADA.

- 2.1. La Teoría de la Agenda como realidad de la comunicación institucional: *Gatekeeper. Agenda. Agenda Building. Agenda Setting. Frame. Priming.*
- 2.2. El concepto de visibilidad y el escándalo institucional. (Thompson: *Political Scandal: Power and Visibility in the Media Age.* 2000).
- 2.3. La desinstitucionalización de prácticas que han perdido la aprobación social a través de la comunicación.
- 2.4. Género y comunicación institucional.
- 2.5. Seis modelos de internet y comunicación institucional: estructura, organización y gestión de la comunicación según modelos.
- 2.6. La adopción de la lógica de los *social media* en las Instituciones: 3 conceptos clave de la comunicación institucional digital: aclamación, anticipación, simulación.
- 2.7. ¿Qué es la televisión?

TEMA 3. EL PLAN Y PROGRAMA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL: QUÉ ES, CÓMO SE HACE, FASES, EJECUCIÓN Y EVALUACIÓN.

- 3.1. Estrategia, idea central, diferencia con otras campañas e información previa.
- 3.2. Poder expresivo y significado simbólico de una campaña.
- 3.3. Objetivo.
- 3.4. Mensaje principal.
- 3.5. Públicos.
- 3.6. Indicadores.

- 3.7. Aliados.
- 3.8. La campaña: imagen, textos, video, mensajes, manual de campaña.
- 3.9. Gestión de crisis.
- 3.10. Plan de Medios.
- 3.11. Agenda.
- 3.12. Presupuesto.
- 3.13. Evaluación y métricas.
- 3.14. Equipo.

TEMA 4. EJEMPLOS, CASOS Y HERRAMIENTAS (los casos pueden variar en función de la actualidad .

- 4.1. Alocución radio: Roosevelt, *fireside chats*.
- 4.2. Eisenhower y *mass-media*: análisis de la primera *News Conference*.
- 4.3. Video: *Citizens for Eisenhower*.
- 4.4. Video: Campaña Stevenson.
- 4.5. Video: Despedida Eisenhower.
- 4.6. Video: *Confessions of a Republican*.
- 4.7. Deixis negativa. D. Trump y R. Stone.
- 4.8. Interfaz e *interficie*, análisis institucional de las web y rr.ss. de instituciones españolas actuales.
- 4.9. Blog y reglas de blog: *Well*
- 4.10. Datos: Google *trends*, ejemplos y usos. Comportamiento del votante "Thinkwithgoogle"
- 4.11. Investigación: Uso de Twitter por los alcaldes en las elecciones municipales de 2015.
- 4.12. Video: La *desmaterialización* de los objetos en comunicación "Fly High Time flies" (Mignonneau&Sommerer)
- 4.13. Ejemplo de campaña político-institucional: legalización del matrimonio homosexual en USA.
- 4.14. Ejemplo de crisis institucionales y estrategias aplicadas.
- 4.15. Algunos conceptos actuales del márketing

PRÁCTICAS.

Práctica 1 –individual-. Video personal siguiendo el esquema de *Confessions of a Republican*.

Práctica 2 –individual-. Plan de comunicación institucional.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

- Alberto Pérez, R. *Estrategias de comunicación*. Ariel Comunicación. 2008.
- Brismat, N. M. (2014). "Instituciones: Una mirada general a su historia conceptual." *Revista Científica Guillermo de Ockham*, 12(2), 31-40.
- Canel MJ. *Comunicación de las instituciones públicas*. Madrid: Tecnos; 2007.
- Calsamiglia Balcafort, h. y A. Tusón Valls (1999). *Las cosas del decir: Manual de análisis del discurso*. Barcelona: Ariel.
- Daphna Canetti et alt. (2016). "Framing and fighting: The impact of conflict frames on political attitudes." *Journal of Peace Research* 1–16.
- Gutierrez García Elena, La Porte Fernández-Alfaro María Teresa. *Tendencias Emergentes En La Comunicación De Instituciones*. UOC.
- Lawrence TB, Suddaby R and Leca B. (2009) *Institutional Work. Actors and Agency in Institutional Studies of Organizations*. Cambridge: Cambridge University Press
- Heras-Pedrosa, Ruiz-Mora I, Paniagua-Rojano FJ. *Gestión de la comunicación en las instituciones*. Pearson; 2018.
- Maguire, Steve & Hardy, Cynthia (2009). "Discourse and Deinstitutionalization: The Decline of DDT." *Academy of Management Journal*. DO 10.5465/AMJ.2009.36461993
- Meyer and Rowan. "Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony" *American Journal of Sociology*. Volume 83, Number 2. Sep., 1977 pp. 340 - 363
- Mora, JM (ed.) *10 ensayos de comunicación institucional*. Eunsa; 2009.
- Pereira de Santana, Doralice | Moura Aguiar, Marígia Ana de (2009). "Peleja virtual: um novo gênero do discurso". IV Coloquio Argentino de la IADA "Diálogo y diálogos". pp. 353-363.
- Rodrich Portugal, R. "Fundamentos de la Comunicación Institucional: una aproximación histórica y conceptual de la profesión." *Revista de Comunicación* 11, 2012.
- Scartascini, C. & Tommasi, M. (2012). "Institucionalización de las instituciones políticas y su impacto sobre las políticas públicas." *IDB Working Paper Series*, 287(enero), 1-33
- Schmertz & Novak. *El Silencio no es rentable: el empresario frente a los medios de comunicación*. Planeta. 1986.
- Sotelo, C. *Introducción a la comunicación institucional*. Ariel. Barcelona. 2007.
- Thornton PH and Ocasio W. (1999) *Institutional Logics and the Historical Contingency of Power in*

- Organizations: Executive Succession in the Higher Education Publishing Industry, 1958 - 1990. *American Journal of Sociology* 105: 801.
- Tomkins, L. (2020). "Where is Boris Johnson? When and why it matters that leaders show up in a crisis." *Leadership*, 16(3), 331-342
 - Watts, Richard J. "Linguistic politeness and politic verbal behaviour: Reconsidering claims for universality". *Politeness in Language: Studies in its History, Theory and Practice*, edited by Sachiko Ide and Konrad Ehlich, Berlin, New York: De Gruyter Mouton, 2008, pp. 43-70.
 - Whipple, C. *The Gatekeepers: How the White House Chiefs of Staff Define Every Presidency*. New York: Crown; 2017.
 - Zilber TB. (2009) Institutional Maintenance as Narrative Acts In: Lawrence TB, Suddaby Rand Leca B (eds) *Institutional Work. Actors and Agency in Institutional Studies of Organizations*. Cambridge: Cambridge University Press
 - Zurbriggen, C. (2006) "El institucionalismo centrado en los actores: una perspectiva analítica en el estudio de las políticas públicas." *Revista de ciencia política (Santiago)*. 26(1), 67-83.

METODOLOGÍA DOCENTE.

La asignatura se cursa simultaneando cada semana el Tema 3 del programa con los Temas 1, 2 y 4. Dedicando un día de clase de la semana al Tema 3 y, el otro día de la semana, a los Temas 1, 2 y 4. La práctica 1 se realiza al inicio de la asignatura.

El examen de evaluación se comentará previamente en clase por lo que respecta a su contenido. Los alumnos pueden realizarlo con textos, apuntes o materiales del Curso que consideren.

Toda la información, documentos y enlaces de internet se encontrarán en el aula virtual.

EVALUACIÓN.

Asistencia y participación práctica en el aula presencial (15%). Corresponde a asistencia a clase presencial y a la realización de los ejercicios prácticos que se realizarán.

Realización de trabajos (40 %). Corresponde a las dos prácticas.

Examen de evaluación (45%). Corresponde al examen final en la fecha programada por la Facultad.

TUTORÍAS.

Virtual o presencial. Se recomienda la petición de tutoría con cita previa.

Presencial: Despacho 3417, planta tercera. Dpto. Ciencia Política y de la Administración

Virtual: a través de *Meet* u otras. El profesor envía enlace al alumno una vez que este solicita cita.

Horarios: miércoles de 10.30 a 13.30 y viernes de 15:30 a 18:30

CASOS ESPECÍFICOS.

En todo momento el alumno puede dirigirse al profesor para indicar cualquier situación que afecte al seguimiento de la asignatura: reducida conexión de internet, dificultad con los equipos informáticos, disponibilidad personal por determinadas circunstancias, etc.