# FICHA IDENTIFICATIVA

## Datos de la Asignatura

| | |
|---|---|
| **Código** | 33434 |
| **Nombre** | Comunicación Audiovisual y Discurso Político |
| **Ciclo** | Grado |
| **Créditos ECTS** | 4.5 |
| **Curso académico** | 2017 - 2018 |

## Titulación(es)

| Titulación | Centro | Curso | Periodo |
|---|---|---|---|
| 1301 - Grado Comunicación Audiovisual | Facultad de Filología, Traducción y Comunicación | 3 | Primer cuatrimestre |

## Materias

| Titulación | Materia | Caracter |
|---|---|---|
| 1301 - Grado Comunicación Audiovisual | 16 - Compl. format. carácter optativo 3er curso | Optativa |

## Coordinación

| Nombre | Departamento |
|---|---|
| GAVALDA ROCA, JOSE VICENTE | 340 - Teoría de los Lenguajes y Ciencias de la Comunicación |

# RESUMEN

Análisis de los modelos de representación del discurso político en el marco de la transformación del modelo de espacio público de la democracia moderna

# 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

La aptitud más importante que deben tener quienes cursen esta asignatura hace referencia a su capacidad de análisis e interpretación crítica de textos escritos y audiovisuales

## COMPETENCIAS

### 1301 - Grado Comunicación Audiovisual

- Conocer la comunicación como proceso y los diferentes elementos que lo constituyen. Poseer y comprender los conocimientos de la especificidad de los discursos, así como de los modos de representación propios de los distintos medios tecnológicos y audiovisuales. Conocer las distintas teorías, métodos y problemas de la comunicación audiovisual y sus diferentes lenguajes.
- Saber aplicar dichos conocimientos (3.2.2.1) para transmitirlos profesional y éticamente de manera comprensible a la ciudadanía.
- Conocimiento de los diversos lenguajes, códigos y modos de representación propios de los distintos medios tecnológicos y audiovisuales: fotografía, cine, radio, televisión, vídeo e imagen electrónica, internet, etc. a través de sus propuestas estéticas e industriales, además de su relevancia social y cultural y su evolución a lo largo del tiempo, que deberá generar la capacidad para analizar relatos y obras audiovisuales, considerando los mensajes icónicos como textos y productos de las condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica determinada.
- Capacidad para profundizar en los conocimientos adquiridos y para aplicar y desarrollar las competencias en los diversos campos a que se extiende la comunicación audiovisual.

## RESULTADOS DE APRENDIZAJE

Los objetivos, y por tanto los resultados, que se pretende conseguir con el desarrollo de esta materia, tal como se especifica en el resumen y se pondrá de manifiesto en los contenidos, son de carácter teórico y de carácter práctico. El alumno deberá adquirir una competencia adecuada con respecto a la fundamentación conceptual de la materia y a los procesos de producción del discurso político

## DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS

### 1. Comunicación y política: la constitución del estado democrático

Análisis de las relaciones entre comunicación y política en la historia: las modalidades de representación semiótica del discurso político. Los conceptos de publicidad y opninión pública: el espacio público democrático. El discurso político de la democracia: redes y telecomunicación

### 2. El nuevo modelo de relaciones entre comunicación y política: el siglo XX y la comunicación en tiempos de guerra

El modelo de comunicación pública de la Primera Guerra Mundial: la propaganda europea y la propaganda norteamericana. El periodo de entreguerras y el nacimiento de las estrategias publicitarias y demoscópicas de producción del discurso político. La Segunda Guerra Mundial y las estrategias de comunicación de Estado: la propaganda y el sistema mediático moderno

### 3. Las relaciones entre comunicación y política y el nacimiento de la televisión: la constitución del nuevo espacio público

La estructura de la comunicación política. Discurso político y publicidad: la campaña permanente. La democracia mediática: mediación y mediatización

### 4. Las relaciones entre comunicación y política en el siglo XXI

eAdministración y eCiudadanía. Un nuevo modelo de acción política: la democracia continua. Un nuevo modelo de comunicación pública

## VOLUMEN DE TRABAJO

| ACTIVIDAD | Horas | % Presencial |
|---|---|---|
| Clases de teoría | 45,00 | 100 |
| Elaboración de trabajos en grupo | 10,00 | 0 |
| Elaboración de trabajos individuales | 20,00 | 0 |
| Lecturas de material complementario | 20,00 | 0 |
| Preparación de actividades de evaluación | 17,00 | 0 |
| **TOTAL** | **112,00** | |

## METODOLOGÍA DOCENTE

**Clases teóricas**:

La estructura de las clases teóricas incluirá: una introducción del tema y la exposición breve de las cuestiones más relevantes por parte del profesor y el estudio más específico del tema a partir de las exposiciones y debates del material de trabajo ofrecido y presentado previamente por el profesor.

**Clases prácticas:**

Las clases prácticas girarán básicamente en torno al análisis de textos escritos y audiovisuales de acuerdo con las claves y pautas marcadas por el profesor

**Otras actividades**:

Lectura y exposición de textos teóricos de autores relevantes en el campo de la historia de la comunicación mediática

Asistencia a conferencias organizadas por los responsables de la especialidad.

## EVALUACIÓN

Examen escrito sobre los contenidos de las clases presenciales teóricas y prácticas: 50%

Examen escrito sobre los contenidos de la documentación recogida en el aula virtual y la bibliografía específicamente marcada por el profesor: 25%

Trabajos elaborados de acuerdo con las pautas establecidas por el profesor: 25%

## REFERENCIAS

### Básicas

- P. Bourdieu. La opinión pública no existe. Los sondeos, artefactos políticos de simulación. Voces y culturas, 10, 1996 [pp. 137-146].
Giles Gauthier, André Gosselin y Jean Mouchon (comps.). Comunicación y política. Barcelona. Gedisa, 1998.
M. J. Canel. Comunicación política. Madrid. Gedisa, 2006.
J-M. Ferry y D. Wolton. El nuevo espacio público, Barcelona, Gedisa. , 1992.
J. Habermas. Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública. Barcelona. G. Gili, 1994.
Teoría de la acción comunicativa, I-II. Madrid. Taurus, 1999.
J-L. Labarriere y Ch. Lazzeri. Teoría política y comunicación, Barcelona, Gedisa, 1992.
P. Lévy, P. Ciberdemocracia. Ensayo sobre filosofía política. Barcelona, UOC: 2004.
Ph. J. Maarek. Marketing político y comunicación. Claves para una buena información política. Barcelona. Paidós, 1997.
J. Martín Cubas. Democracia e Internet. Valencia. UNED, 2001.
L. Martín Salgado. Marketing político. Arte y ciencia de la persuasión en democracia. Barcelona. Paidós, 2002.
A. Mattelart. La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias. Madrid. Fundesco, 1993.
G. Mazzoleni. La comunicación política. Madrid. Alianza, 2010.
J. Mouchon. Política y medios. Los poderes bajo influencia. Barcelona. Gedisa, 1999.
S. Rodotà. Tecnopolítica. La democracia y las nuevas tecnologías de la comunicación. Buenos Aires.

Losada, 2000.

## Complementarias

- J. M. Bernardo, J. Gavaldà y N. Pellicer. Justicia y representación mediática. Madrid. Biblioteca Nueva, 2001.
M. Castellls. Comunicación y poder. Madrid, Alianza, 2009.
J. Luis Dader. La adolescente investigación en comunicación política: estructura del campo y tendencias prometedoras. Madrid. Tecnos: 2008.
R. Debray. Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente. Barcelona. Paidós, 1994.
Josep Gavaldà Roca. La telepolítica y sus récords. València, Episteme, 1994.
Medioptrías y sondeoscopios. Spots y encuestas electorales, o de las campañas y sus efectos. València, Episteme, 1996.
La memoria del serialismo mediático, Abalorio, 29-30, 2001.
Las estrategias narrativas y la «historia del presente». AA. VV. Narrativa i Història. Universitat de València. València: 2002
V. Latorre. Función jurisdiccional y juicios paralelos. Madrid. Civitas: 2002.
E. Linde Paniagua y J. M. Vidal Beltrán. Derecho audiovisual. Madrid. Colex: 2009.
T. Maldonado. Ciberespacio, ¿un espacio democrático?. Crítica de la razón informática. Barcelona. Paidós, 1998.
A. Muñoz Alonso y Juan Ignacio Rospir (eds). Comunicación política. Madrid. Universitas, 1995.
E. Noelle-Neumann. La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social. Barcelona. Paidós: 1995.
D. Pérez. Técnicas de comunicación política. El lenguaje de los partidos. Madrid. Tecnos, 2003.
C. R. Sunstein. República.com. Internet, democracia y libertad. Barcelona. Paidós: 2003.