

**FICHA IDENTIFICATIVA****Datos de la Asignatura**

Código	33434
Nombre	Comunicación Audiovisual y Discurso Político
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	4.5
Curso académico	2019 - 2020

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 opinión 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 sondeos copios. 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.

ADENDA COVID-19

Esta adenda solo se activará si la situación sanitaria lo requiere y previo acuerdo del Consejo de Gobierno