

**FITXA IDENTIFICATIVA****Dades de l'Assignatura**

Codi	33434
Nom	Comunicació audiovisual i discurs polític
Cicle	Grau
Crèdits ECTS	4.5
Curs acadèmic	2020 - 2021

Titulació/titulacions

Titulació	Centre	Curs	Període
1301 - Grau Comunicació Audiovisual	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	3	Primer quadrimestre

Matèries

Titulació	Matèria	Caràcter
1301 - Grau Comunicació Audiovisual	16 - Compl. format. carácter optativo 3er curso	Optativa

Coordinació

Nom	Departament
GAVALDA ROCA, JOSE VICENTE	340 - Teoria dels Llenguatges i Ciències de la Comunicació

RESUM

Anàlisi dels models de representació del discurs polític en el marc de la transformació del model d'espai públic de la democràcia moderna

CONEIXEMENTS PREVIS**Relació amb altres assignatures de la mateixa titulació**

No heu especificat les restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.



Altres tipus de requisits

No existeixen restriccions de matrícula relacionades amb altres assignatures del pla d'estudis.

COMPETÈNCIES

1301 - Grau Comunicació Audiovisual

- Conèixer la comunicació com a procés i els diferents elements que el constitueixen. Posseir i comprendre els coneixements de l'especificitat dels discursos, així com de les formes de representació pròpies dels distints mitjans tecnològics i audiovisuals. Conèixer les distintes teories, mètodes i problemes de la comunicació audiovisual i els seus diferents llenguatges.
- Capacitat per aprofundir en els coneixements adquirits i per aplicar i desenvolupar les competències en els diversos camps a què s'estén la comunicació audiovisual.

RESULTATS DE L'APRENTATGE

Els objectius, i per tant els resultats, que es pretén aconseguir amb el desenvolupament d'aquesta matèria, tal com s'especifica en el resum i es posarà de manifest en els continguts, són de caràcter teòric i de caràcter pràctic. L'alumne haurà d'adquirir una competència adequada pel que fa a la fonamentació conceptual de la matèria i als processos de producció del discurs polític

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS

1. Comunicació i política: la constitució de l'estat democràtic

Anàlisi de les relacions entre comunicació i política en la història: les modalitats de representació semiòtica del discurs polític. Els conceptes de "publicitat" i "opinió pública": l'espai públic democràtic. El discurs polític de la democràcia: xarxes i telecomunicació

2. El nou model de relacions entre comunicació i política: el segle XX i la comunicació en temps

El model de comunicació pública de la Primera Guerra Mundial: la propaganda europea i la propaganda nord-americana. El període d'entreguerres i el naixement de les estratègies publicitàries i demoscòpiques de producció del discurs polític. La Segona Guerra Mundial i les estratègies de comunicació d'Estat: la propaganda i el sistema mediàtic modern

3. Les relacions entre comunicació i política i el naixement de la televisió: la constitució del "nou espai públic"



L'estructura de la comunicació política. Discurs polític i publicitat: la "campanya permanent". La "democràcia mediàtica": mediació i mediatització

4. 4. El desenvolupament de les xarxes i els nous models de relació entre comunicació i política: eAdministració i eCiutadania.

Un nou model d'acció política: la "democràcia contínua". Comunicació pública i comunicació mediàtica: la digitalització de l'espai públic democràtic.

VOLUM DE TREBALL

ACTIVITAT	Hores	% Presencial
Classes de teoria	45,00	100
Elaboració de treballs en grup	30,00	0
Lectures de material complementari	20,00	0
Preparació d'activitats d'avaluació	17,00	0
TOTAL	112,00	

METODOLOGIA DOCENT

Classes teòriques: introducció del tema i exposició breu de les qüestions més rellevants per part del professor; anàlisi i discussió de la bibliografia bàsica

Classes pràctiques: anàlisi de documents audiovisuals relacionats amb els epígrafs de cadascun dels temes

Altres activitats: exposicions dels alumnes

AVALUACIÓ

Opció A:

-Examen escrit: 70%

-Treball (s) individual: 30%

(Es necessari aprovar l'examen. L'elecció del tema i la metodologia del treball s'acordarà en una tutoria)



Opció B:

-Treball (s) individual: 100%

(L'elecció del tema i la metodologia del treball s'acordarà en una tutoria).

REFERÈNCIES

Bàsiques

- P. Bourdieu. La opinión pública no existe. Los sondeos, artefactos políticos de simulación [https://sociologiac.net/biblio/Bourdieu_OPE.pdf]
- F. Bouza. Una reflexió metodològica sobre la investigació en Comuni_____%20revista%20TELOS%20__%20Dossier%20__%20Una%20reflexi%C3%B3n%20metodol%C3%B3gica%20
- Giles Gauthier, André Gosselin y Jean Mouchon (comps.). Comunicación y política. Barcelona. Gedisa, 1998.
- J-M. Ferry y D. Wolton. El nuevo espacio público, Barcelona, Gedisa. , 1992.
- J. Gavalda. Referencia y performatividad en el discurso publicitario: las reglas del flujo televisivo, en N. Girona y M. Asensi (eds). Tropos del cuerpo, Valencia, Quaderns de Filologia, 2004
- Hibridación discursiva y programación televisiva: infoshow y docuficción. AA. VV. (coords.). El documental en el entorno digital. Barcelona. UOC, 2013
- La política de comunicación de la crisis, en M. Francés y J. Gavalda (coord), La televisión de la crisis ante el abismo digital, Barcelona, Gedisa, 2014.
- La calidad democrática y la regulación audiovisual, en A. Boix y J. M. Vidal (coord), La nueva regulación del audiovisual: medios, derechos y libertades, Cizur: Aranzadi, 2014.
- Los profesionales del contacto, en N. Pellisser y J. Oleaque (coord), Mutaciones discursivas en el siglo XXI. La política en los medios y en las redes, Valencia, Tirant lo Blanch, 2019.
- 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.
- Ph. J. Maarek. Marketing político y comunicación. Claves para una buena información política. Barcelona. Paidós, 1997.
- 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.
- S. Rodotà. Tecnopolítica. La democracia y las nuevas tecnologías de la comunicación. Buenos Aires. Losada, 2000.

Complementàries

- J. M. Bernardo, J. Gavalda y N. Pellicer. Justicia y representación mediática. Madrid. Biblioteca Nueva, 2001.
- M. Castells. 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. El estado seductor, Buenos Aires, Manantial, 1993.
- Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente. Barcelona. Paidós, 1994.
- Josep Gavalda 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.
- 2015. Hollywood. How we advertised America, en C. Manuel e I. Ramos (eds), Letras desde la trinchera, Valencia, Universitat de València, 2015.
- J. Gavalda y D. Mollá. Fighting with films [<http://journal.eticaycine.org/Fighting-with-films>]
- J. Gavalda y N. Pellisser . Las comisiones parlamentarias de investigación: El accidente de la Línea 1, Valencia, Tirant lo Blanch. 2019.
- V. Latorre. Función jurisdiccional y juicios paralelos. Madrid. Civitas: 2002.
- P. Lévy, P. Ciberdemocracia. Ensayo sobre filosofía política. Barcelona, UOC: 2004. E. Linde, S. Medina y J. M. Vidal. Derecho audiovisual. Madrid. Colex: 2013.
- G. López, J. Gamir y L. Valera. Comunicación política: teorías y enfoques. Madrid: Editorial Síntesis, 2018.

ADDENDA COVID-19

Aquesta addenda només s'activarà si la situació sanitària ho requereix i previ acord del Consell de Govern

MODALITAT DE DOCÈNCIA HÍBRIDA



1. Continguts

Es mantenen els continguts inicialment recollits a la guia docent

2. Volum de treball i planificació temporal de la docència

Manteniment del pes de les diferents activitats que sumen les hores de dedicació en crèdits ECTS marcades en la guia docent original

3. Metodologia docent

Classe (presencial) teòrica/pràctica + videoconferència síncrona BBC

4. Avaluació

Examen presencial o Treball acadèmic

5. Bibliografia

Es manté la bibliografia recomanada accessible