FICHA IDENTIFICATIVA

Datos de la Asignatura

Código	33434
Nombre	Comunicación Audiovisual y Discurso Político
Ciclo	Grado
Créditos ECTS	4.5
Curso académico	2021 - 2022

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

No existen restricciones de matrícula relacionadas con otras asignaturas del plan de estudios.

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.
- 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. 4. El desarrollo de las redes i los nuevos modelos de relación entre comunicación i política: eAdministración y eCiudadanía.

Un nuevo modelo de acción política: la "democracia contínua". Comunicación pública y comunicación mediática: la digitalización del espacio público democràtico.

VOLUMEN DE TRABAJO

ACTIVIDAD	Horas	% Presencial
Clases de teoría	45,00	100
Elaboración de trabajos en grupo	30,00	0
Lecturas de material complementario	20,00	0
Preparación de actividades de evaluación	17,00	0
TOTAL	**112,00**	

METODOLOGÍA DOCENTE

Clases teóricas: introducción del tema y exposición breve de las cuestiones más relevantes por parte del profesor; análisis y discusión de la bibliografía básica

Clases prácticas: análisis de documentos audiovisuales relacionados con los epígrafes de cada tema

Otras actividades: exposiciones de los alumnos

EVALUACIÓN

Opción A:

-Examen escrito: 70%

-Trabajo (s) individual: 30%

(Es necesario aprobar el examen. La elección del tema y la metodología del trabajo se acordará en una tutoria)

Opció B:

-Trabajo (s) individual: 100%

(La elección del tema y la metodología del trabajo se acordará en una tutoria).

REFERENCIAS

Básicas

- P. Bourdieu. La opinión pública no existe. Los sondeos, artefactos políticos de simulación [https://sociologiac.net/biblio/Bourdieu_OPE.pdf]
- F. Bouza. Una reflexión metodológica sobre la investigación 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. Gavaldà. 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. Gavaldà (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.

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. El estado seductor, Buenos Aires, Manantial, 1993.
- 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.
  -2015. Hollywood. How we advertised America, en C. Manuel e I. Ramos (eds), Letras desde la trinchera, Valencia, Universitat de València, 2015.
  J. Gavaldà y D. Mollá. Fighting with films [http://journal.eticaycine.org/Fighting-with-films]
  J. Gavaldà 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.

ADENDA COVID-19

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

MODALIDAD DE DOCENCIA HÍBRIDA

1. Contenidos

Se mantienen los inicialmente recogidos en la guía docente

2. Volumen de trabajo y planificación temporal de la docencia

Mantenimiento del peso de las diferentes actividades que suman las horas de dedicación en créditos ECTS marcadas en la guía docente original

3. Metodología docente

Clase (presencial) teórica/praáctica + videoconferencia síncrona BBC

4. Evaluación

Examen presencial o Trabajo académico

5. Bibliografía

Se mantiene la bibliografia recomanada accessible