

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

Codi	33434
Nom	Comunicació audiovisual i discurs polític
Cicle	Grau
Crèdits ECTS	4.5
Curs acadèmic	2022 - 2023

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

Sense docència

AVALUACIÓ

Contactar amb el professor

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 reflexión metodológica sobre la investigación en Comunicación. [%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. 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 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.
-