

**FICHA IDENTIFICATIVA****DATOS DE LA ASIGNATURA****Código:** 36600**Nombre:** Comunicación audiovisual y discurso político**Ciclo:** Grado**Créditos ECTS:** 4,5**Curso académico:** 2026-27**TITULACIONES**

Titulación	Centro	Curso	Periodo
1333 - Grado en Comunicación Audiovisual	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	3	Primer cuatrimestre

MATERIAS

Titulación	Materia	Carácter
1333 - Grado en Comunicación Audiovisual	Complementos formativos de carácter optativo	OPTATIVA

COORDINACIÓN

GAMIR RIOS JOSE VICENTE

RESUMEN

Comunicación Audiovisual y Discurso Político es una asignatura optativa del Grado en Comunicación Audiovisual.

Análisis de los modelos de representación del discurso político en el marco de la transformación del modelo de espacio público de la democracia moderna. Estudio de las relaciones entre comunicación y política en la historia. Telecomunicación, e-comunicación y redes en el siglo XXI.

La asignatura estudia desde una perspectiva teórico-analítica la evolución y el estadio actual de la comunicación política. Tras revisar los conceptos de política, opinión pública y comunicación política, y profundizar en las teorías clásicas de la retórica, la propaganda y la persuasión, la asignatura analiza los efectos del sistema mediático tradicional y del actual sistema mediático híbrido en la opinión pública, así como las características de la comunicación política en ambos sistemas, con especial atención a la planificación, creación, difusión y circulación de sus discursos en los medios audiovisuales y en los nuevos medios, y a la desinformación política en la era de la postverdad.

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 se contemplan otros tipos de requisitos.

COMPETENCIAS / RESULTADOS DE APRENDIZAJE

1333 - Grado en Comunicación Audiovisual

Capacidad para actuar defendiendo una cultura de la paz y respetando los derechos fundamentales en los procesos de la comunicación, en concreto la igualdad entre mujeres y hombres en todos los tratamientos informativos, interpretativos, sígnicos, dialógicos y opinativos de la comunicación.

Capacidad para buscar, seleccionar, leer, interpretar y analizar textos y documentos tanto escritos como audiovisuales (capacidad analítica, sintética y crítica).

Conocer los aspectos sociales, históricos, económicos y culturales de los contextos propios y ajenos relevantes.

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.

Que los estudiantes manifiesten respeto solidario por las diferentes personas y pueblos del planeta, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales en relación con los valores individuales y colectivos y respecto por los derechos humanos.

Que los estudiantes sean capaces de obtener y seleccionar la información y las fuentes relevantes para la solución de problemas y la elaboración de estrategias.

Que los estudiantes sean capaces de trabajar en equipo, de comunicar las propias ideas y de integrarse en proyectos comunes destinados a la obtención de resultados.

Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.

DESCRIPCIÓN DE CONTENIDOS



1. La política, la opinión pública y la comunicación política

- 1.1. La política
- 1.2. El concepto de la opinión pública
- 1.3. El modelo clásico de la opinión pública y sus críticas
- 1.4. Concepciones contemporáneas de la opinión pública
- 1.5. Elementos, agentes y expresiones de la opinión pública
- 1.6. La comunicación política: concepto, sistemas y flujos

2. Retórica, propaganda y persuasión

- 2.1. Ejercicio y análisis retórico de discursos políticos: inventio, dispositio, elocutio, memoria y actio
- 2.2. La propaganda: concepto y principios
- 2.3. La persuasión y las características del mensaje persuasivo

3. El sistema mediático tradicional y sus efectos en la opinión pública

- 3.1. La comunicación de masas y el sistema mediático tradicional
- 3.2. Efectos de los medios en la opinión pública (1): teorías del impacto directo
- 3.3. Efectos de los medios en la opinión pública (2): paradigma de los efectos limitados
- 3.4. Efectos de los medios en la opinión pública (3): paradigma de los efectos cognitivos
- 3.5. La mediatización de la política: concepto, efectos mediáticos, efectos políticos

4. La comunicación política y las campañas en el sistema mediático tradicional

- 4.1. La comunicación política tradicional: primera etapa, segunda etapa, tercera etapa



4.2. El marketing político y las campañas: concepto, funciones, necesidades y fases

4.3. Fase 1: análisis e investigación

4.4. Fase 2: estrategia y mensaje

4.5. Fase 3: difusión y comunicación

5. La comunicación política audiovisual en el sistema mediático tradicional

5.1. El spot: concepto, funciones y tipos

5.2. Los debates televisados

5.3. El politainment televisivo: concepto, formatos y efectos

6. El sistema mediático híbrido y sus efectos en la opinión pública

6.1. La autocomunicación de masas y el sistema mediático híbrido

6.2. El funcionamiento algorítmico de los nuevos medios de comunicación

6.3. Los efectos de los nuevos medios de comunicación en la opinión pública

7. La comunicación política y las campañas en el sistema mediático híbrido

7.1. La comunicación política en Internet: cuarta etapa

7.2. Evolución de las campañas políticas en Internet

7.3. Aportaciones potenciales de Internet a la comunicación política

7.4. La comunicación política por email, en sitios web y en blogs

7.5. La comunicación política en redes sociales: Facebook, Twitter e Instagram

7.6. La nueva comunicación política audiovisual: formatos y plataformas actuales (Youtube, TikTok y Twitch)



8. La desinformación política

8.1. La era de la postverdad: polarización, populismo y desinformación

8.2. Las estrategias del activismo digital

8.3. Factores de creación, difusión y asimilación de desinformaciones

8.4. La producción de desinformación: agentes y motivaciones

8.5. La red de influencia alternativa y la manosphere en Youtube

Resultados de aprendizaje

Estos contenidos se plasmarán en los siguientes resultados de aprendizaje:

- Identificar la relevancia social cultural e histórica de las propuestas estéticas de las industrias audiovisuales.
- Conocer los códigos y modos de representación propios de la comunicación audiovisual.
- Llevar a cabo análisis de relatos y obras audiovisuales.
- Desarrollar un trabajo creativo o de investigación.
- Analizar la relevancia de la creatividad de las imágenes.
- Exponer de forma adecuada los resultados de la investigación de manera oral o por medios audiovisuales o informáticos.
- Identificar las estructuras organizativas en el campo de la comunicación visual y sonora.
- Conocer la interrelación entre los sujetos de la comunicación audiovisual: autores, instituciones, empresas, medios, soportes y receptores.

VOLUMEN DE TRABAJO (HORAS)

ACTIVIDADES PRESENCIALES

Actividad	Horas
Teoría	45,00
Total horas	45,00

ACTIVIDADES NO PRESENCIALES

Actividad	Horas
Asistencia a otras actividades	0,00
Elaboración de trabajos individuales o en grupo	30,00
Estudio y trabajo autónomo	30,00
Preparación de clases	7,50
Preparación de actividades de evaluación	0,00



Resolución de casos prácticos	0,00
Total horas	67,50

METODOLOGÍA DOCENTE

Actividades presenciales

La docencia presencial se desarrollará mediante una clase a la semana de tres horas de duración que combinará las siguientes metodologías:

- **Lección magistral.** Explicación por parte del profesorado de los contenidos teóricos de la asignatura mediante la metodología de sesión expositiva.
- **Análisis de casos.** Análisis en grupo por parte del alumnado de casos propuestos por el profesorado en relación con los contenidos teóricos de la asignatura explicados en la sesión.
- **Exposición en aula y trabajo por grupos.** Exposición en el aula por parte del alumnado de los resultados obtenidos en los análisis de casos en grupo.
- **Debates.** Debate por parte del alumnado de las cuestiones de actualidad propuestas por el profesorado en relación con los contenidos de la asignatura explicados en la sesión.

De manera habitual, las sesiones se dividirán en dos partes: la primera consistirá en la exposición del temario por parte del profesorado; la segunda se dedicará al análisis de un caso o al debate de cuestiones de actualidad por parte del alumnado, que trabajará en grupo. La participación en los análisis de casos y en los debates se desarrollará a través de portavoces, que antes de finalizar la sesión tendrán que subir una ficha al aula virtual a modo de memoria de la actividad realizada; en caso de no disponer de ordenador, podrán entregarla en papel. La última sesión de la asignatura se dedicará a la exposición de los trabajos realizados en grupo a lo largo del curso sobre algún aspecto de los contenidos consensuado con el profesorado, de manera autónoma pero tutorizada.

Actividades no presenciales

El alumnado desarrollará las siguientes actividades no presenciales:

- **Preparación de clases.** Lectura de materiales suministrados por el profesorado con antelación a su exposición en el aula.
- **Estudio y trabajo autónomo.** Estudio autónomo de los contenidos de la asignatura como preparación para la prueba escrita final.



- **Elaboración de trabajos en grupo.** Elaboración en grupo, a lo largo del curso y de manera tutorizada, de un trabajo sobre algún aspecto de los contenidos de la asignatura consensuado con el profesorado a principio del cuatrimestre. Los trabajos serán entregados y expuestos en la última sesión del curso.

Innovación educativa

Esta asignatura se adscribe al proyecto de innovación educativa "Profesionales en el aula: integración de la experiencia laboral en la docencia de la comunicación (ProfCom)", y sigue las actividades aprobadas al respecto por el Servicio de Formación Permanente e Innovación Educativa (SFPIE) con los objetivos de: 1) Incrementar la motivación e implicación del estudiantado mediante charlas impartidas por profesionales en activo; 2) Fomentar el aprendizaje autónomo y colaborativo; 3) Establecer un canal de actualización y colaboración entre el profesorado y los profesionales que permita el intercambio continuo de buenas prácticas.

Esta asignatura está vinculada al grupo de investigación de la Universitat de València "MEDIAFLOWS. Contenidos digitales y flujos comunicativos".

Objetivos de Desarrollo Sostenible

Esta asignatura tiene en cuenta especialmente los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible:

- **ODS 4, Educación de calidad.** Meta 7, que el alumnado adquiera los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible, los derechos humanos, la igualdad de género, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural, y la contribución de la cultura al desarrollo sostenible.
- **ODS 5, Igualdad de género.** Meta 1, poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo.

EVALUACIÓN

El sistema general de calificaciones seguirá el Reglamento de evaluación y calificación de la Universitat de València para títulos de grado y máster, aprobado por el Consell de Govern el 30 de mayo de 2017 (ACGUV 108/2017).

Evaluación en la primera convocatoria

La evaluación en primera convocatoria constará de tres bloques:



- **Prueba escrita final (50%):** examen sobre el contenido teórico de la asignatura. Es necesario aprobar el examen para superar la asignatura. Es recuperable en segunda convocatoria.
- **Presentación de esquemas, resúmenes y textos propuestos (35%):** elaboración en grupo, a lo largo del curso y de manera tutorizada, de un trabajo sobre algún tema relacionado con los contenidos de la asignatura consensuado con el profesorado a principio del cuatrimestre. Los trabajos serán entregados y expuestos en la última sesión del curso. Es necesario aprobar el trabajo para superar la asignatura. Es recuperable en segunda convocatoria.
- **Valoración de actitud y participación en la dinámica de clase (15%):** participación del alumnado en los análisis de casos planteados por el profesorado, que se constatará mediante las fichas entregadas a modo de memoria al final de las sesiones. No es recuperable en segunda convocatoria.

Evaluación en la segunda convocatoria

La evaluación en segunda convocatoria mantendrá, si fuera el caso, las calificaciones obtenidas en los bloques aprobados en la primera. La evaluación de los bloques suspendidos o no presentados se realizará del siguiente modo:

- **Prueba escrita final (50%):** examen sobre el contenido teórico de la asignatura. Es necesario aprobar el examen para superar la asignatura.
- **Presentación de esquemas, resúmenes y textos propuestos (35%):** elaboración individual o en grupo de un trabajo sobre algún tema relacionado con los contenidos de la asignatura consensuado con el profesorado. Es necesario aprobar el trabajo para superar la asignatura.
- **Valoración de actitud y participación en la dinámica de clase (15%):** no es recuperable en segunda convocatoria. Se mantendrá la calificación obtenida en la primera convocatoria.

Observaciones

- Tanto en el examen como en el resto de pruebas, ejercicios o trabajos escritos se exigirá corrección ortográfica y gramatical. Cada falta comportará una reducción de la calificación obtenida, que puede llegar hasta el suspenso.
- En el caso de comprobarse plagio en un trabajo de evaluación, este se podrá puntuar con la calificación numérica de cero, con independencia del procedimiento disciplinario que se pueda incoar y, si procede, de la sanción que sea procedente de acuerdo con la legislación vigente.



- La honestidad intelectual es vital en las comunidades académicas y para la justa evaluación del trabajo del estudiantado. Todos los trabajos presentados en este curso han de ser de autoría original. No se admitirán trabajos en los que se haga uso de colaboración fraudulenta según el "Protocolo de actuación ante prácticas fraudulentas de la Universitat de València" aprobado por el Consell de Govern de 14 de julio de 2020. ACGUV 123/2020. La utilización de herramientas de inteligencia artificial se adecuará a lo dispuesto en la "Guía de actuación para el uso responsable de la inteligencia artificial (IA) en las actividades docentes y de evaluación en la Universitat de València" o normativa que la sustituya.

BIBLIOGRAFÍA

Referencias básicas:

- Berrocal Gonzalo, Salomé (coord.) (2017). *Politainment: La política espectáculo en los medios de comunicación*. Tirant lo Blanch.
- Canel, María José (2006). *Comunicación política: Una guía para su estudio y práctica*. Tecnos.
- López-García, Guillermo; Gamir-Ríos, José; & Valera-Ordaz, Lidia (2018). *Comunicación política: Teorías y enfoques*. Síntesis.
- Mazzoleni, Gianpietro (2010). *La comunicación política*. Alianza Editorial.
- Tucker, Joshua A.; Guess, Andrew; Barberá, Pablo; Vaccari, Cristian; Siegel, Alexandra; Sanovich, Sergey; Stukal, Denis; & Nyhan, Brendan (2018). Social Media, Political Polarization, and Political Disinformation: A Review of the Scientific Literature. *SSRN Electronic Journal*.

Referencias complementarias:

- Capdevilla González, Arantxa (2004). La retórica del objeto: Las partes retóricas como modelo para generar significados. *Temas de Disseny*, (21), 54-61.
- Esser, Frank; & Pfetsch, Barbara (2020). Political Communication. En D. Caramani (ed.), *Comparative Politics* (pp. 336-358). Oxford University Press.
- Fenoll, Vicente; & Gamir-Ríos, José (2023). Mentiras, ideología y medios sociales. Topografía de la desinformación en la comunicación política digital. En G. López-García (ed.), *Ecología de la desinformación y su impacto en el espacio público* (pp. 137-155). Peter Lang.
- Gamir-Ríos, José; Cano-Orón, Lorena; Fenoll, Vicente; & Iranzo-Cabrera, María (2022). Evolución de la comunicación política digital (2011-2019): Ocaso de los blogs, declive de Facebook, generalización de Twitter y popularización de Instagram. *Observatorio (OBS*) Journal*, 16(1), 90-115.
- Gamir-Ríos, José; Cano-Orón, Lorena; & Lava-Santos, David (2022). De la localización a la movilización. Evolución del uso electoral de Instagram en España de 2015 a 2019. *Revista de Comunicación*, 21(1), 159179.
- Gamir-Ríos, José; & Ibáñez-Cuquerella, Miguel (2022). Fascist Heroes vs. progressive policies and political correctness. Agenda and framing of the Spanish Alt-lite micro-celebrities on YouTube. *Catalan Journal of Communication and Cultural Studies*, 14(2).
- Gamir-Ríos, José; Pop, Anastasia-Ioana; López-García, Guillermo; Llorca-Abad, Germán; & Fenoll,



Vicente (2022). Unidireccionalidad, promoción partidista y polarización. Actividad en Twitter de los candidatos a la presidencia del Gobierno de España en las elecciones generales de 2019. *Profesional de la Información*, 31(2).

- Gamir-Ríos, José; & Sánchez-Castillo, Sebastián (2022). La irrupción política del vídeo corto. ¿Es TikTok una nueva ventana para los partidos españoles? *Communication & Society*, 35(2), 37-52.
- García Beaudoux, Virginia; & D'Adamo, Orlando (2006). Comunicación política y campañas electorales. Análisis de una herramienta comunicacional: el spot televisivo. *Polis*, 2(2), 81-111.
- Plazas-Olmedo, Maite; & López-Rabadán, Pablo (2022). Nuevos formatos del vídeo electoral en redes. La estrategia multiplataforma de los partidos españoles en las elecciones de 2019. *index. comunicación*, 12(2), 305-331.
- Villar-Hernández, Paz; & Pellisser Rossell, Nel·lo (2021). Transformaciones y rasgos discursivos del spot electoral en los comicios generales del 26J en España. *Cuadernos.Info*, (50), 275298