

**FITXA IDENTIFICATIVA****DADES DE L'ASSIGNATURA**

Codi: 36600
Nom: Comunicació audiovisual i discurs polític
Cicle: Grau
Crèdits ECTS: 4,5
Curs acadèmic: 2025-26

TITULACIONS

Titulació	Centre	Curs	Període
1333 - Grau en Comunicació Audiovisual	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	3	Primer quadrimestre
1333 - Grau en Comunicació Audiovisual	Facultat de Filologia, Traducció i Comunicació	4	Primer quadrimestre

MATÈRIES

Titulació	Matèria	Caràcter
1333 - Grau en Comunicació Audiovisual	Complements formatius de caràcter optatiu	OPTATIVA
1333 - Grau en Comunicació Audiovisual	Complements formatius de caràcter optatiu	OPTATIVA

COORDINACIÓ

GAMIR RIOS JOSE VICENTE

RESUM

Comunicació Audiovisual i Discurs Polític és una assignatura optativa del Grau en Comunicació Audiovisual.

Anàlisi dels models de representació del discurs polític en el marc de la transformació del model d'espai públic de la democràcia moderna. Estudi de les relacions entre comunicació i política en la història. Telecomunicació, e-comunicació i xarxes en el segle XXI.

L'assignatura estudia des d'una perspectiva teòric-analítica l'evolució i l'estadi actual de la comunicació política. Després de revisar els conceptes de política, opinió pública i comunicació política, i aprofundir en les teories clàssiques de la retòrica, la propaganda i la persuasió, l'assignatura analitza els efectes del sistema mediàtic tradicional i de l'actual sistema mediàtic híbrid en l'opinió pública, així com les característiques de la comunicació política en tots dos sistemes, amb especial atenció a la planificació, creació, difusió i circulació dels seus discursos en els mitjans audiovisuals i en els nous mitjans, i a la desinformació política en l'era de la postveritat.



CONEXEMENTS PREVIS

RELACIÓ AMB ALTRES ASSIGNATURES DE LA MATEIXA TITULACIÓ

No s'ha especificat restriccions de matrícula amb altres assignatures del pla d'estudis.

ALTRES TIPUS DE REQUISITS

No es preveuen altres tipus de requisits.

COMPETÈNCIES / RESULTATS D' APRENTATGE

-

Capacitat per a actuar defenent una cultura de la pau i respectant els drets fonamentals en els processos de la comunicació, en concret la igualtat entre dones i hòmens en tots els tractaments informatius, interpretatius, sígnicos, dialògics i opinatius de la comunicació.

Capacitat per a buscar, seleccionar, llegir, interpretar i analitzar textos i documents tant escrits com audiovisuals (capacitat analítica, sintètica i crítica) .

Coneixement dels diversos llenguatges, codis i modes de representació propis dels distints mitjans tecnològics i audiovisuals: fotografia, cine, ràdio, televisió, vídeo i imatge electrònica, internet, etc. a través de les seues propostes estètiques i industrials, a més de la seua rellevància social i cultural i la seua evolució al llarg del temps, que haurà de generar la capacitat per a analitzar relats i obres audiovisuals, considerant els missatges icònics com a textos i productes de les condicions sociopolítiques i culturals d'una època històrica determinada.

Conéixer els aspectes socials, històrics, econòmics i culturals dels contextos propis i aliens rellevants.

Que els estudiants manifesten respecte solidari per les diferents persones i pobles del planeta, així com coneixement dels grans corrents culturals en relació amb els valors individuals i col·lectius i respecte pels drets humans.

Que els estudiants siguen capaços d'obtindre i seleccionar la informació i les fonts rellevants per a la solució de problemes i l'elaboració d'estratègies.

Que els estudiants siguen capaços de treballar en equip, de comunicar les pròpies idees i d'integrar-se en projectes comuns destinats a l'obtenció de resultats.

Que els estudiants tinguen la capacitat d'arreglar i interpretar dades rellevants (normalment dins de la seua àrea d'estudi) per emetre judicis que incloguen una reflexió sobre temes rellevants d'índole social, científica o ètica.

DESCRIPCIÓ DE CONTINGUTS



1. La política, la opinió pública i la comunicació política

- 1.1. La política
- 1.2. El concepte de l'opinió pública
- 1.3. El model clàssic de l'opinió pública i les seues crítiques
- 1.4. Concepcions contemporànies de l'opinió pública
- 1.5. Elements, agents i expressions de l'opinió pública
- 1.6. La comunicació política: concepte, sistemes i fluxos

2. Retòrica, propaganda i persuasió

- 2.1. Exercici i anàlisi retòrica de discursos polítics: inventio, dispositio, elocutio, memoria i actio
- 2.2. La propaganda: concepte i principis
- 2.3. La persuasió i les característiques del missatge persuasiu

3. El sistema mediàtic tradicional i els seus efectes en l'opinió pública

- 3.1. La comunicació de masses i el sistema mediàtic tradicional
- 3.2. Efectes dels mitjans en l'opinió pública (1): teories de l'impacte directe
- 3.3. Efectes dels mitjans en l'opinió pública (2): paradigma dels efectes limitats
- 3.4. Efectes dels mitjans en l'opinió pública (3): paradigma dels efectes cognitius
- 3.5. La mediatització de la política: concepte, efectes mediàtics, efectes polítics

4. La comunicació política i les campanyes en el sistema mediàtic tradicional

- 4.1. La comunicació política tradicional: primera etapa, segona etapa, tercera etapa



4.2. El màrqueting polític i les campanyes: concepte, funcions, necessitats i fases

4.3. Fase 1: anàlisi i investigació

4.4. Fase 2: estratègia i missatge

4.5. Fase 3: difusió i comunicació

5. La comunicació política audiovisual en el sistema mediàtic tradicional

5.1. L'espot: concepte, funcions i tipus

5.2. Els debats televisats

5.3. El politainment televisiu: concepte, formats i efectes

6. El sistema mediàtic híbrid i els seus efectes en l'opinió pública

6.1. L'autocomunicació de masses i el sistema mediàtic híbrid

6.2. El funcionament algorítmic dels nous mitjans de comunicació

6.3. Els efectes dels nous mitjans de comunicació en l'opinió pública

7. La comunicació política i les campanyes en el sistema mediàtic híbrid

7.1. La comunicació política en Internet: quarta etapa

7.2. Evolució de les campanyes polítiques en Internet

7.3. Aportacions potencials d'Internet a la comunicació política

7.4. La comunicació política per email, en llocs web i en blogs

7.5. La comunicació política en xarxes socials: Facebook, Twitter i Instagram

7.6. La nova comunicació política audiovisual: formats i plataformes actuals (Youtube, TikTok i Twitch)



8. La desinformació política

8.1. L'era de la postveritat: polarització, populisme i desinformació

8.2. Les estratègies de l'activisme digital

8.3. Factors de creació, difusió i assimilació de desinformacions

8.4. La producció de desinformació: agents i motivacions

8.5. La xarxa d'influència alternativa i la manosfera en Youtube

Resultats d'aprenentatge

Estos continguts es plasmaran en els següents resultats d'aprenentatge:

- Conèixer els codis i modes de representació propis de la comunicació audiovisual.
- Identificar la rellevància social cultural i històrica de les propostes estètiques de les indústries audiovisuals.
- Dur a terme anàlisi de relats i obres audiovisuals.
- Desenvolupar un treball creatiu o d'investigació.
- Analitzar la rellevància de la creativitat de les imatges.
- Exposar de forma adequada els resultats de la investigació de manera oral o per mitjans audiovisuals o informàtics.
- Identificar les estructures organitzatives en el camp de la comunicació visual i sonora.
- Conèixer la interrelació entre els subjectes de la comunicació audiovisual: autors, institucions, empreses, mitjans, suports i receptors.

VOLUM DE TREBALL (HORES)

ACTIVITATS PRESENCIALS

Activitat	Hores
Teoria	45,00
Total hores	45,00

ACTIVITATS NO PRESENCIALS

Activitat	Hores
Assistència a altres activitats	0,00
Elaboració de treballs individuals o en grup	30,00
Estudi i treball autònom	30,00
Preparació de classes	7,50
Resolució de casos pràctics	0,00



METODOLOGIA DOCENT

Activitats presencials

La docència presencial es desenvoluparà mitjançant una classe a la setmana de tres hores de duració que combinarà les següents metodologies:

- **Lliçó magistral.** Explicació per part del professorat dels continguts teòrics de l'assignatura mitjançant la metodologia de sessió expositiva.
- **Anàlisi de casos.** Anàlisi en grup per part de l'alumnat de casos proposats pel professorat en relació amb els continguts teòrics de l'assignatura explicats en la sessió.
- **Exposició en aula i treball per grups.** Exposició a l'aula per part de l'alumnat dels resultats obtinguts en les anàlisis de casos en grup.
- **Debats.** Debat per part de l'alumnat de les qüestions d'actualitat proposades pel professorat en relació amb els continguts de l'assignatura explicats en la sessió.

De manera habitual, les sessions es dividiran en dues parts: la primera consistirà en l'exposició del temari per part del professorat; la segona es dedicarà a l'anàlisi d'un cas o al debat de qüestions d'actualitat per part de l'alumnat, que treballarà en grup. La participació en les anàlisis de casos i en els debats es desenvoluparà a través de portaveus, que abans de finalitzar la sessió hauran de pujar una fitxa a l'aula virtual a mode de memòria de l'activitat realitzada; en cas de no disposar d'ordinador, podran entregar-la en paper. L'última sessió de l'assignatura es dedicarà a l'exposició dels treballs realitzats en grup al llarg del curs sobre algun aspecte dels continguts consensuat amb el professorat, de manera autònoma però tutoritzada

Activitats no presencials

L'alumnat desenvoluparà les següents activitats no presencials:

- **Preparació de classes.** Lectura de materials subministrats pel professorat amb antelació a la seua exposició a l'aula.
- **Estudi i treball autònom.** Estudi autònom dels continguts de l'assignatura com a preparació per a la prova escrita final.
- **Elaboració de treballs en grup.** Elaboració en grup, al llarg del curs i de manera tutoritzada, d'un treball sobre algun aspecte dels continguts de l'assignatura consensuat amb el professorat a principi del quadrimestre. Els treballs seran entregats i exposats en l'última sessió del curs.

Innovació educativa

Aquesta assignatura s'adscriu al projecte d'innovació educativa PIII-3901480 "Professionals a l'aula: integració de l'experiència laboral en la docència de la comunicació (ProfCom)", i segueix les activitats aprovades sobre aquest tema pel Servei de Formació Permanent i Innovació Educativa (SFPIE) amb els



objectius de; 1) Incrementar la motivació i implicació de l'estudiantat mitjançant xarrades impartides per professionals en actiu; 2) Fomentar l'aprenentatge autònom i col·laboratiu mitjançant estratègies com l'aprenentatge basat en projectes, l'aula invertida i l'anàlisi de casos; 3) Establir un canal d'actualització i col·laboració entre el professorat i els professionals que permeta l'intercanvi continu de bones pràctiques.

L'assignatura també s'adscriu al projecte d'innovació educativa PIEC-3896297 "EIMur. Memòria i multi-telling", i segueix les activitats aprovades sobre aquest tema pel Servei de Formació Permanent i Innovació Educativa (SFPIE) entre les quals destaquen la divulgació de la memòria democràtica i la canalització de treballs de classe cap al coneixement d'aquest tema.

Objectius de Desenvolupament Sostenible

Aquesta assignatura té en compte especialment els següents Objectius de Desenvolupament Sostenible:

- **ODS 4, Educació de qualitat.** Meta 7, que l'alumnat adquirisca els coneixements teòrics i pràctics necessaris per a promoure el desenvolupament sostenible, els drets humans, la igualtat de gènere, la promoció d'una cultura de pau i no violència, la ciutadania mundial i la valoració de la diversitat cultural, i la contribució de la cultura al desenvolupament sostenible.
- **ODS 5, Igualtat de gènere.** Meta 1, posar fi a totes les formes de discriminació contra totes les dones i les xiquetes a tot el món.

AVALUACIÓ

El sistema general de qualificacions seguirà el Reglament d'avaluació i qualificació de la Universitat de València per a títols de grau i màster, aprovat pel Consell de Govern el 30 de maig de 2017 (ACGUV 108/2017).

Avaluació en la primera convocatòria

L'avaluació en primera convocatòria constarà de tres blocs:

- **Prova escrita final (50%):** examen sobre el contingut teòric de l'assignatura. És necessari aprovar l'examen per a superar l'assignatura. És recuperable en segona convocatòria.
- **Presentació d'esquemes, resums i textos proposats (35%):** elaboració en grup, al llarg del curs i de manera tutoritzada, d'un treball sobre algun tema relacionat amb el continguts de l'assignatura consensuat amb el professorat a principi del quadrimestre. Els treballs seran entregats i exposats en l'última sessió del curs. És necessari aprovar el treball per a superar l'assignatura. És recuperable en segona convocatòria.
- **Valoració d'actitud i participació en la dinàmica de classe (15%):** participació de l'alumnat en les anàlisis de casos plantejats pel professorat, que es constatarà mitjançant les fitxes entregades a mode de memòria al final de les sessions. No és recuperable en segona convocatòria.

Avaluació en la segona convocatòria



L'avaluació en segona convocatòria mantindrà, si fora el cas, les qualificacions obtingudes en els blocs aprovats en la primera. L'avaluació dels blocs suspesos o no presentats es realitzarà del següent mode:

- **Prova escrita final (50%):** examen sobre el contingut teòric de l'assignatura. És necessari aprovar l'examen per a superar l'assignatura.
- **Presentació d'esquemes, resums i textos proposats (35%):** elaboració individual o en grup d'un treball sobre algun tema relacionat amb els continguts de l'assignatura consensuat amb el professorat. És necessari aprovar el treball per a superar l'assignatura.
- **Valoració d'actitud i participació en la dinàmica de classe (15%):** no és recuperable en segona convocatòria. Es mantindrà la qualificació obtinguda en la primera convocatòria.

Observacions:

- Tant en l'examen com en la resta de proves, exercicis o treballs escrits s'exigirà correcció ortogràfica i gramatical. Cada falta comportarà una reducció de la qualificació obtinguda, que pot arribar fins al suspens.
- En el cas de comprovar-se plagi en un treball d'avaluació, aquest es podrà puntuar amb la qualificació numèrica de zero, amb independència del procediment disciplinari que es pugui incoar i, si escau, de la sanció que siga procedent d'acord amb la legislació vigent.
- L'honestedat intel·lectual és vital en les comunitats acadèmiques, i per a la justa avaluació del treball de l'estudiantat. Tots els treballs presentats en aquest curs han de ser d'autoria original. No s'admetran treballs en els quals es faça ús de col·laboració fraudulenta o la composició amb l'ajuda d'intel·ligència artificial (ChatGPT o altres), excepte si la seua utilització forma part dels continguts de l'assignatura o està autoritzada pel professorat que la imparteix.

BIBLIOGRAFIA

Referències bàsiques:

- 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*.

Referències complementàries

- 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