

BLENDED INTENSIVE PROGRAMME

“El discurso persuasivo en las redes sociales y su repercusión social”

AREA: FILOLOGÍA Y COMUNICACIÓN

RESPONSABLE: CATALINA FUENTES RODRÍGUEZ

UNIVERSIDAD DE SEVILLA. CATEDRÁTICA DE LENGUA ESPAÑOLA

1. Título BIP: El discurso persuasivo en las redes sociales y su repercusión social

Fecha: abril-mayo 2026 (3 encuentros virtuales y uno presencial desde el 4 hasta el 8 de mayo).

2. Plan de trabajo:

Parte virtual: Durante tres semanas (abril 2026): 1 encuentro por semana virtual, en sesiones de 2 horas:

Sesión 1: Informativa: presentación del proyecto y los participantes y las actividades programadas en línea

Sesión 2: Discusión de la relevancia de las redes sociales y su influencia en la dinámica social

Sesión 3. Observación y análisis de discursos en redes. Discusión interactiva. Estos discursos serán elegidos por los propios estudiantes para ser debatidos en este foro de discusión (serán programados en la primera sesión).

3. Programa: Parte presencial: 5 días

Lunes: 9,30-12,30: Bases metodológicas para el estudio del discurso digital. Discurso y sociedad: su repercusión en el ámbito público: política, sanidad, género, clima, etc.

Actividad cultural: Visita a la US (tarde)

Martes: 9,30-12,30

Claves fundamentales del discurso en redes sociales: identidad, multimodalidad, mezcla de géneros discursivos.

Miércoles: 9,30-12,30

Elementos lingüísticos básicos: el léxico, los patrones sintácticos, las inferencias.

Visita cultural: 18 h: Visita al Barrio de Santa Cruz y Centro Histórico

Jueves: 9,30-12,30

Populismo: La pragmática de la persuasión y la mentira

Visita Cultural: 17 h: Visita al Pabellón de México y al Parque de María Luisa

Viernes: 9,30-12,30

Presentación de trabajos realizados por los asistentes (elaboración de un discurso populista) y debate. Este trabajo se presentará en un podcast grabado o un *reel* de máximo 2 minutos de duración. Estas tareas serán evaluables.

Se fomentará el debate y la discusión entre los estudiantes, que serán agentes de su propio aprendizaje siguiendo una metodología de participación activa. Se analizarán discursos digitales procedentes de publicidad, redes sociales, discurso periodístico, político, comercial... para ir elaborando conclusiones sobre las estrategias empleadas en ellos para la persuasión.