

CURSO ACADÉMICO : 2006 - 2007

LLICENCIATURA: PUBLICITAT I RELACIONS PÚBLIQUES

CURSO: 3º

Código:	20706
Asignatura:	Comunicación Política
Tipo de asignatura:	Optativa
Núm. de créditos:	5
Profesorado:	Pere-Oriol Costa
Cuatrimestre:	1er.

OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA:

Conocer los diferentes procesos de comunicación política. Atención especial a la descripción de los métodos y técnicas de persuasión. Reflexión crítica sobre las actuales estrategias de persuasión en el marco de la sociedad democrática.

TEMARIO:

I INTRODUCCIÓN

Política y comunicación política: Definición, tipología, modelos i procesos.- Escenarios de la comunicación política: Tratamiento de imágenes públicas, Campañas electorales, Propaganda oculta.- Medios de comunicación, clima político i desinformación.- El líder político.

II EMISORES DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

Partidos políticos: definiciones, organización y espectro ideológico.- Gobiernos y instituciones públicas.- Emisores independientes, grupos de presión y lobbys.- Los profesionales de la Comunicación Política.- El papel de las "elites" y los intelectuales.

III APROXIMACIÓN HISTÓRICA

Orígenes y desarrollo de la Propaganda Democrática.- Propaganda bélica en el Siglo XX.- Propaganda marxista leninista.- Propaganda nazi.- La Propaganda en la Guerra Civil española.- De la propaganda clásica al marketing social y electoral.

IV INVESTIGACIÓN POLÍTICA Y TOMA DE DECISIONES

Tratamiento de estudios sociológicos, censo y análisis de resultados electorales.- Sistemas cualitativos de investigación política.- Realización y lectura de encuestas políticas.- Segmentación y tipología del electorado.- Elaboración de estrategias electorales.- Elaboración del discurso político: El lenguaje político.

V INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA (I)

Comunicación mediante la prensa.- Gabinetes de comunicación i Relaciones públicas en la campaña electoral.- Publicidad al servicio de la comunicación política.- El papel de los medios escritos en la campaña electoral.- Métodos de seguimiento del ambiente político.

VI INSTRUMENTOS DE COMUNICACIÓN POLÍTICA (II)

La radio como instrumento de propaganda.- La TV, eje central de les campañas modernas.- Debates electorales en televisión.- La entrevista política.- La TV i el Estado espectáculo.- Los actos públicos y la movilización en las campañas electorales.

VII LA PERSUASIÓN POLÍTICA

Opiniones y actitudes.- Dinámica del cambio de actitudes.- Procesos de decisión del voto.- Eficacia de las campañas electorales.- Teorías i variables sobre la persuasión.- La cultura política.- Dimensión, ética

de la comunicación política.

BIBLIOGRAFÍA

BÁSICA:

BARRANCO, J. *Técnicas de marketing político*. Madrid : Pirámide, 1982

BROWN, J.A.C. *Técnicas de persuasión*. Madrid : Alianza Editorial, 1978

CANEL, M.J. *Comunicación Política*. Madrid : Tecnos, 1999

COSTA, P.O. *La Comunicación Pública en el ámbito local*. En VVAA "Dirección de Comunicación Empresarial e Institucional. Barcelona : Gestión 2000, 2001.

DOMENAC, J.M. *La Propaganda Política*. Barcelona : Edicions 62, 1963

LINDON, Denis. *Marketing político y social*. Madrid : Tecniban, 1977

LOPEZ GUERRA, L. *Las campañas electorales en Occidente. Propaganda política en la sociedad de masas*. Madrid : Fundación J.March ; Barcelona : Ariel

MAAREK, PHILIPPE J. *Marketing político y Comunicación*. Barcelona : Paidós, 1997

MUÑOZ ALONSO, A. [ET.AL.]. *Opinión pública y comunicación política*. Madrid : Eudema, 1990.

PIZARROSO QUINTERO, Alejandro. *Historia de la Propaganda*. Madrid : Eudema, 1990

COMPLEMENTARIA:

ALLEMAND, E. *Pouvoir et Télévision les machines d'organisation*. Paris : Anthropos, 1980

Análisis y efectos de la campaña electoral. Elecciones generales de 15 de junio de 1977. Estudio postelectoral. Madrid : INP, 1981

ARBATOV, Georgui. *El aparato político e ideológico del imperialismo*. Madrid : Akal, 1975

ARCEO VACAS, J.L. [ET.AL.]. *Campañas electorales y publicidad política en España (1976-1991)*. Barcelona : ESRP ; Promociones y Publicaciones Universitarias, 1993

ARCEO VACAS, J.L. *Como ganar unas elecciones. Tratamiento teórico y práctico de la imagen de los políticos*. Madrid : Fomento de Bibliotecas, 1982

ARTENTON, F. *Media politics. The news strategies of Presidential Campaign*. Massachusetts, Lexington, 1984

BABAZ, Mireille. *Le role de la publicité dans les campagnes electorals britanniques*. Lille : Universite de Lille, 1980

BARBANO, F. *Partiti e publica opinione nella campagna elettorale*. Turin : Siapichelli, 1961

BARNICOAT, J. *Los carteles. Su historia y lenguaje*. Barcelona : Gustavo Gili, 1976

BONGRAND, Michael. *Le Marketing politique*. Paris : PUF, 1993

BONIN, Pere. *Así hablaban los nazis*. Barcelona : Dopesa, 1973

CAYROL, Roland [et. al.]. *La télévision, faut-il les élections?* Paris

CAYROL, Roland. *La nouvelle communication politique*. Paris : Larousse, 1986

CHARLOT, M. *La persuasion politique*. Paris: Colin, 1970

CORDOBA, J.L. DE; TORRES ROMEU, J.M. *Teoría y aplicaciones del marketing*. Bilbao: Deusto, 1972

COTTERET, J.M. *Gouverner c'est paraître. Reflexions sur la communication politique*. Paris: PUF, 1991

DAVID, D.; QUINTRIC, J.M.; SCHROEDER, H.CH. *Le marketing Politique*. Paris: PUF, 1978

DEUTSCH, K.W. *Los nervios del Gobierno. Modelos de comunicación y control político*. México: Paidós, 1985

DICHTER, Ernest. *La estrategia del deseo*. Caracas: Huemul

DURANDIN, Guy. *La mentira en la propaganda política y en la publicidad*. Barcelona; Buenos Aires; México: Paidós, 1983

ELLUL, Jacques. *Historia de la Propaganda*. Caracas: Monteavila, 1969

ELLUL, Jacques. *Propagandes*. Paris: Armand Colin, 1962

ENEL, F. *El Cartel. Lenguaje, Funciones, Retórica*. Valencia: Fernando Torres, 1977

FREUD, Sigmund. *Psicología de las masas*. Madrid: Alianza Editorial, 1972

FROMM, E. *El miedo a la libertad*. Buenos Aires: Paidós, 1968

GARCIA RUESCAS, F. *Publicidad y propaganda política*. Madrid: Cirde, 1980

GOUREVITCH, J.P. *La Propagande dans tous ses états*. Paris: Flammarion, 1980

HABERMAS, J. *História y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: Gustavo Gili, 1981

HALE, Julian. *La radio como arma política*. Barcelona: Gustavo Gili, 1979

HAMMETT, Dashiell. *La llave de cristal*. Madrid: Alianza Editorial, 1979

HERREROS ARCONADA, Mario. *Teoría y Técnica de la propaganda electoral*. Barcelona : PPU

HITLER, Adolf. *Mi lucha*. Barcelona: Editorial Mateu, 1962

JORKE, Harvey. *The candidate handbook for winning local elections*. Novato, 1982

KATZ, E.; LAZARDSFELD, P.F. *La influencia personal*. Barcelona: Hispano Europea, 1979

LAZARDSFELD, P.F. [ET.AL.]. *The Peoples Choice*. New York : Duell, Sloan and Pearce, 1944

LINSKY, M. *Television and Presidential election*. Lexington

MARTI, Sylvie. *Los discursos en la calle. Semiología de una campaña electoral*. Barcelona: Ruedo Ibérico, 1978

MASSÓ, Ramón. *De la magia a la artesanía. El politing del cambio español*. Barcelona : Kairós, 1980

- McGINNIS, Joe. *Como se vende un presidente*. Barcelona : Península, 1970
- MEYERS, W. *Los creadores de imagen*. Barcelona : Planeta, 1985
- MORAGAS, MIQUEL DE. (rec) Sociología de la Comunicación de Masas III. Barcelona : Gustavo Gili, 1985
- MUÑOZ ALONSO, Alejandro ; ROSPITZ, Juan Ignacio. *Comunicación política*. Madrid : Editorial Universitat, 1995
- NOIR, Michel. *Réussir une campagne électorale : suivre l'exemple américain?*. Paris : Les éditions d'organisation, 1977
- PACKARD, Vance. *Las formas ocultas de la propaganda*. Buenos Aires : Editorial Sudamericana
- PERRY, Roland. *Elecciones por ordenador*. Madrid : Fundesco, 1986
- REARDON KATHLEEN, K. *La persuasión en la comunicación. Teoría y contexto*. Barcelona; Buenos Aires; México: Paidós, 1983.
- REI, Javier del. *Comunicación política*. Madrid : Eudemo, 19089
- REICH, Wilhelm. *La psicología de masas del fascismo*. México: Roca, 1977
- RENAU, Josep. *Función social del cartel*. Valencia: Fernando Torres, 1976
- SAUVY, Alfred. *La opinión pública*. Vilasar: OIKOS-TAU, 1979
- SCHILLER, Herbert I. *Los manipuladores de cerebros*. Barcelona: GEDISA, 1978
- SECANELLA LIZANO, Petra M^a. *La prensa en las elecciones norteamericanas de 1976 a 1980*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas, 1981
- SEGUELA, Jacques. *Hollywood lave plus blanc*. Paris: Flammarion
- SIERRA BRAVO, R. *Técnicas de Investigación Social. Teoría y ejercicios*. Madrid: Paraninfo, 1983
- SWARZEMBERG, R. G. *L'Etat spectacle. Essai sur et contre le Star System en politique*. Paris : Flammarion, 1977
- V.V.A.A. *Actes du Congres sur TV et elections*. Venecia : RAI ; Prix Italia, 1977
- VELAZQUEZ, Teresa. *Los políticos y la Televisión. Aportaciones de la teoría del discurso al diálogo televisivo*. Barcelona: Ariel, 1992
- WORONTZAFF, Madeleine. *la concepción de la prensa en Lenin*. Barcelona: Fontamara, 1979.
- YOUNG, K. *Psicología social de la opinión pública y de los medios de comunicación*. Buenos Aires: Paidós, 1969.

METODOLOGIA DOCENTE:

TEORÍA:

El curso consta de:

- A) Explicación del programa por parte del profesor
- B) Seminario de actualidad en el ámbito de la Comunicación Política, en la primera parte de la clase

PRÁCTICAS DE AULA:

- A) Presentación de diferentes textos seleccionados sobre Comunicación Política
- B) Intervención libre de alumnos en el Seminario de actualidad
- C) Elaboración de un ensayo o un pre-trabajo

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Un ensayo o un pre-trabajo y un examen final.