

PROF: JOAQUIM PUIG I GONZALEZ
Llic. en CC de la Informació
(Publicitat i Relacions Públiques),
UAB., 1982.

DEPARTAMENT DE COMUNICACIÓ
ÀUDIO-VISUAL, PUBLICITAT I
DOCUMENTACIÓ.

TREBALLS DE RECERCA O DE SÍNTESI SIGNIFICATIUS:

1. *La figura del líder i les relacions amb els seus seguidors.* Bellaterra, Facultat de CC de la Informació, 1985. (Tesi de Llicenciatura).
2. *Relacions entre l'star-system i els líders polítics i no polítics.* Tesi doctoral, en elaboració.

OBJECTIU DE L'ASSIGNATURA:

Volem que l'alumne es familiaritzi amb el món de la propaganda política i les seves tècniques. També, donat que l'alumnat treballarà en el camp de la publicitat, dedicarem especial atenció al món de les campanyes electorals i al de la creació de l'star-system polític. Volem també fer una reflexió sobre les relacions entre publicitat, màrketing electoral i polític i propaganda política, els seus lligams i les seves diferències.

TEMARI:

0. Introducció:

0.1 Definició de Propaganda Política. 0.2 Relacions amb la Publicitat i el Màrketing Electoral i Polític. 0.3 Relacions amb l'star-system.

1. Història de la Propaganda Política.

1.1 Precedents històrics. 1.2 Propaganda política i Guerra.
1.2.1. Primera Guerra Mundial. 1.2.2. Segona Guerra Mundial.
1.2.3. Les guerres "controlades": Corea, Vietnam, Afganistan i Nicaragua. 1.3 Propaganda Política i Dictadura. 1.3.1. El cas nazifeixista. 1.3.2 El cas marxista-leninista. 1.4 Propaganda Política i Règim Democràtic. 1.4.1. Tècniques específiques de propaganda en una democràcia. 1.4.2. Les eleccions com a cas específic. 1.5 Propaganda política i moviments artístics.

2. Àmbit d'estudi.

2.1 Els subjectes: partits polítics, líders i grups de pressió.
2.2 Les tècniques: campanyes electorals, ús dels mitjans massius i tècniques addicionals. 2.3 La violència.

3. Partits polítics.

3.1 Definició. 3.2 Tipologia i característiques. 3.3 Els partits polítics de l'Estat Espanyol.

4. El líder.

4.1 Definició del líder i el seu paper dins del partit. 4.2 Canvis en el paper del líder. 4.2.1. Canvis d'origen publicitari i provinents del màrketing polític. 4.2.2. Canvis provinents de l'star-system. 5.3 El modern líder polític, un producte de síntesi.

5. Els grups de pressió.

5.1 Definició. 5.2 Característiques i Tipologia. 5.3 Els grups de pressió a l'Estat Espanyol.

6. La campanya electoral.

6.1 Coneixement de l'electorat. 6.2 Elaboració i planificació de l'activitat electoral. 6.3 El programa electoral. 6.4 Tria dels mitjans massius i tècniques addicionals. 6.5 Tractament dels mitjans. 6.6 El contacte directe amb el públic durant la campanya. 6.7 Mecanismes de seguiment i control. 6.8 El dia de les eleccions. 6.9 Finançament i assessoria jurídica de la campanya.

7. La violència.

7.1 La violència no-política emprada com a propaganda: supporters i rock. 7.2 Violència política emprada com a propaganda: el terrorisme. 7.3 L'estat, monopolitzador de la violència.

BIBLIOGRAFIA RECOMANADA:

- AA.DD.: *Dossier Pop*. Barcelona, Anagrama, 1973.
ARCEO VACAS, José Luis: *Como ganar unas elecciones*. Madrid, Fomento de Bibliotecas, 1982.
BARRANCO SÁIZ, Francisco Javier: *Técnicas de Márketing Político*. Madrid, Pirámide, 1982.
DEBORD, Guy: *La sociedad del espectáculo*. Madrid, Castellet, 1976.
DOMENACH, Jean-Marie: *La propagande politique*. París, PUF, 8a ed., 1979. [Trad. cat.: *La propaganda política*. Barcelona, Edicions 62, 1963.]
DURANDÍN, Guy: *La mentira en la propaganda política y en publicidad*. Barcelona, Paidós, 1983.
ELLUL, Jacques: *Historia de la propaganda*. Caracas, Monte Avila, 1969.
ENZENSBERGER, Hans Magnus: *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona, Anagrama, 4a ed., 1984.
FREUD, Sigmund: *Psicología de las masas*. Madrid, Alianza, 4a. ed., 1974.
FROMM, Erick: *El miedo a la libertad*. Barcelona, Planeta-Agostini, 1985.
HUET, Sophie i LANGENIUEUX-VILLARD, Philippe: *La communication politique*. París, PUF, 1982.
KRIEDEL, Annie: *Los grandes procesos en los sistemas comunistas*. Madrid, Alianza, 1973.

LE BON, Gustave: *Psicología de las masas*. Madrid, Morata, 1983.
LINDON, Denis: *Márketing político y social*. Madrid, Tecniban, 1987.
LÓPEZ GUERRA, Luis: *Las campañas electorales en Occidente*.
Barcelona, Ariel, 1977.
MCGINNIS, Joe: *Como se vende un presidente*. Barcelona, Península,
1974.
MORIN, Edgar: *Les Stars*. París, Seuil, 1972. [trad. cast.: *Las
stars*. Barcelona, Dopesa, 1972.]
NIXON, Richard M.: *Líderes*. Barcelona, Planeta, 1983.
REICH, Wilhelm: *Psicología de masas del fascismo*. Madrid, Ayuso,
1972.
SCHWARTZENBERG, Roger-Gerard: *L'Etat Spectacle*. París, Flammarion,
1977.
SÉGUÉLA, Jacques: *Hollywood lave plus blanc*. París, Flammarion,
1982.
WALKER, Alexander: *El estrellato: El fenómeno de Hollywood*.
Barcelona, Anagrama, 1974.
WEBER, Max: *El político y el científico*. Madrid, Alianza, 8a ed.,
1975.

AVALUACIÓ DEL CURS:

Els alumnes faran un total de quatre proves que han d'aprovar.
Aquestes proves són:

Dos parcials, de tipus analític, fets a casa.

Una recensió .

Un treball de curs de recerca.

Un cop aprovades totes quatre es farà la nota mitjana. Caldrà
recuperar cadascuna de les no aprovades.