

(Reponede → WSTA)

FACULTAT DE CIÈNCIES DE LA COMUNICACIÓ
DEPARTAMENT: PERIODISME
ASSIGNATURA : COMUNICACIÓ POLITICA - 20706 -
Cinc Crèdits

TEMARI

I INTRODUCCIÓ

Comunicació política: Definició, tipologia, models i processos.-
Escenaris de la comunicació política: Tractament d'imatges
públiques, Campanyes electorals, Propaganda oculta.- Mitjans de
comunicació i clima polític.- El líder polític.

II EMISSORS DE COMUNICACIÓ POLITICA

Partits polítics: definicions, organització i espectre
ideològic.- Governos i institucions públiques.- Emissors
independents, grups de pressió i lobbys.- Els professionals de
la Comunicació Política.

III APROXIMACIÓ HISTÒRICA

Orígens i desenvolupament de la Propaganda Democràtica.-
Propaganda bèlica en el Segle XX.- Propaganda marxista-leninista.-
Propaganda nazi.- La Propaganda a la Guerra Civil espanyola.- De
la propaganda clàssica al marketing social i electoral.

IV INVESTIGACIÓ POLITICA I PRESA DE DECISIONS

Tractament d'estudis sociològics, cens i anàlisis de resultats
electorals.- Sistemes qualitius d'investigació política.-
Realització i lectura d'enquestes polítiques.- Segmentació i
tipologia de l'electorat.- Elaboració d'estratègies electorals.-
Elaboració del discurs polític.

V INSTRUMENTS DE COMUNICACIÓ POLITICA (I)

Comunicació mitjançant la premsa.- L'oficina de premsa en la
campanya electoral.- Publicitat al servei de la comunicació
política.- El paper dels mitjans escrits en la campanya
electoral.- Mètodes de seguiment de l'ambient polític.

VI INSTRUMENTS DE COMUNICACIÓ POLITICA (II)

La ràdio com a instrument de propaganda.- La TV, eix central de
les campanyes modernes.- Debats electorals per televisió.-
L'entrevista política.- La TV i l'Estat espectacle.- Els actes
públics i la mobilització en les campanyes electorals.

VII LA PERSUASIÓ POLITICA

Opinions i actituds.- Dinàmica del canvi d'actituds.- Processos
de decisió de vot.- Eficàcia de les campanyes electorals.-
Teories i variables sobre la persuasió.

BIBLIOGRAFIA D'ESTUDI

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

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

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

MORAGAS, Miguel de. (ed.). *Sociología de la comunicación de masas. III. Propaganda política y opinión pública*. Barcelona : Gustavo Gili, 1985

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

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

BIBLIOGRAFIA DE CONSULTA

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 : 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 : Université de Lille, 1980

- BARBANO, F. *Partiti e pubblica 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. *Teoria 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 : Huemuil
- 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. *Historia 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
- 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
- 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
- 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. *Hollywod 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 eleccions*. Venecia : RAI ;
Prix Italia, 1977

VELAZQUEZ, Teresa. *Los políticos y la Televisión. Aportaciones de la teoria del discurso al diálogo televisivo*. Barcelona : Ariel, 1992

WORONTZAFF, Madeleine. *la concepción de la prensa en Lenin*. Barcelona : Fontamara, 1979

YOUNG, K. *Psicologia social de la opinión pública y de los medios de comunicación*. Buenos Aires : Paidós, 1969

Bellaterra, maig 1994