

CIÈNCIES DE LA INFORMACIÓ

Secció: **PERIODISME**

Curs: **Cinquè**

Denominació oficial de l'assignatura:

Teoria de la Comunicació Social (Comunicació Política)

Codi: **10279**

Professor(s) responsable(s): **Manuel Parés i Maicas**

Objectius: **Paper de la comunicació política en el procés polític**

Temari: **Vegis document annex**

Bibliografia (distingir entre bàsica i complementària):

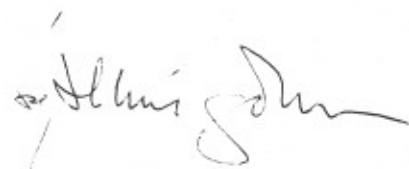
Vegis document annex

Organització del curs: **Per tutories. Treball sobre cinc llibres de la matèria**

Horari de tutories, número de despatx:

**Dilluns i dimecres de 10.30 a 12 h.
Despatx núm. 117**

Signatura del Director del Departament o Coordinador d'Àrea:



Data: 9 d'octubre de 1996

CODI : 5108 - TEORIA DE LA COMUNICACIÓ SOCIAL (COMUNICACIÓ POLITICA)

PROF: MANUEL PARÉS I MAICAS
DEPARTAMENT DE PERIODISME
Dr. en Dret
UAB., 1980.

TREBALLS DE RECERCA O DE SÍNTESE SIGNIFICATIUS

1. La televisió a la Catalunya autònoma. Barcelona, Edicions 62, 1981 (actuant com a coordinador, amb d'altres autors).
2. La ideologia regional de la premsa espanyola. Barcelona, Edicions 62, 1984.
3. El papel de la información en la educación permanente y en la enseñanza universitaria. Bellaterra, Universitat Autònoma de Barcelona, 1984.
4. Spanish bibliography on Mass Communication., junt amb Badia Ll. i Araiko M., Izaskun, Facultat de Ciències de la Informació, Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, 1988.
5. Mecenatge patrocini i comunicació, PPU, Barcelona 1991.

ACTIVITATS PROFESSIONALS SIGNIFICATIVES:

1. Secretari acadèmic de la Facultat de CC de la Informació (1976-1978)
2. Vice-rector d'informació i documentació des del març de 1978 fins a l'abril de 1980.
3. Vice-rector d'extensió universitària de l'abril de 1980 fins al març de 1986.
4. Coordinador general del XVIè Congrés de la International Association for Mass Communication Research, (Barcelona, del 24 al 28 de juliol de 1988), sobre el tema "Comunicació social i identitat cultural", organitzat per la Facultat.

OBJECTIUS DE L'ASSIGNATURA

En aquesta matèria s'estudien les relacions dinàmiques que s'estableixen entre els temes de naturalesa política i el seu tractament per part dels mitjans de comunicació social. El seu enfocament és clarament interdisciplinari, fonamentant-se en la sociologia de la comunicació, per un costat, i en la sociologia política per l'altre.

Cal subratllar que el concepte de comunicació política és pres des d'una perspectiva constitutiva i global, per tant cal no confondre-la ni amb el marketing polític ni amb la propaganda política o electoral, les quals en donen una visió molt més restringida i instrumental.

TEMARI

1. La comunicació social i la política. La comunicació política. Marc conceptual. Definicions. Les diferents teories. L'estat actual de l'ensenyament i de la recerca.
2. Les diferents concepcions sobre la Política i el fet polític. Contingut i límits. L'acció política. Dimensions sectorial i territorial. Canvi social i canvi polític. conflicte i consens.
3. La interdisciplinarietat de la comunicació política. Les seves relacions amb d'altres ciències socials.
4. Concepte i tipologia de les polítiques públiques, en funció de la societat política, de l'estructura econòmica i del grau de desenvolupament. Una especial referència a les polítiques econòmica, educativa, cultural i comunicativa.
5. Concepte d'ideologia. La ideologia política. La crisi de les ideologies. Les mentalitats, les creences, els valors, els mites i els símbols. Identitat nacional i identitat cultural.
6. Els interessos. Individuals i grupals. Els conflictes d'interès. Grups d'interès i grups de pressió. El corporativisme. L'interès públic. El servei públic.
7. La socialització política. Concepte i paràmetres definidors. La cultura política. Concepte i elements (les subcultures polítiques). La memòria històrica. Les tradicions, els costums. El sistema jurídic. El factor psicològic.
8. El poder. Concepte, naturalesa. En el sistema pluralista i en el sistema autoritari. En el sistema unitari, autonòmic i federal. La societat civil. La dimensió jurídica: la Constitució, les lleis que desenvolupen els drets fonamentals. Les Declaracions sobre els Drets humans. L'Administració Pública.
9. El desenvolupament polític. Concepte i teories. Els principals actors: el poder executiu, el legislatiu i el judicial, els partits polítics, els moviments socials, els grups d'interès i els ciutadans. La participació política. El comportament polític. La despolitització.
10. Els emissors de la comunicació política (1), segons els sistemes polític i econòmic. Funció, objectius i intencionalitat. El poder executiu i la seva tipologia. El poder legislatiu i el poder judicial. Els partits polítics, els moviments socials i els grups d'interès.
11. Els emissors (2). Els polítics. Els líders d'opinió, els funcionaris, els tècnics, els intel·lectuals, els professionals de la comunicació. Els ídols de l'espectacle. Els ciutadans.

12. Els receptors: individual i grupal. Tipologia de receptors. El receptor en funció de les formes i dels mitjans de comunicació.
13. Informació i política. L'actualitat. Les fonts i les agències d'informació. L'"agenda setting" La tematització. El professional de la comunicació. Informació i propaganda la desinformació. Propaganda política. Propaganda electoral i marketing polític. Les campanyes institucionals.
14. Comunicació política i Relacions Públiques. La imatge de les institucions polítiques, dels actors polítics i dels fets polítics. Comunicació política i l'ús de les tècniques i del llenguatge de la publicitat. Les campanyes electorals. El finançament dels partits polítics.
15. El llenguatge polític. El missatge polític, en funció dels emissors, de les formes de comunicació i dels mitjans de comunicació. La intencionalitat, la persuasió, la manipulació, la pressió. Els slogans.
16. La comunicació política i la violència. El terrorisme. La pau. El seu tractament comunicatiu. Per una ètica de la comunicació política.
17. Els efectes (1). L'element cognitiu i l'element afectiu. Tipologia: conscienciació, politització. Endoctrinament, desideologització, despolitització i abstencionisme. Creació, modificació o consolidació de les imatges, estereotips, prejudicis i mites.
18. Els efectes (2). La personalització dels líders polítics. La política com a espectacle: els actors, les tècniques, els mitjans, la representació i el públic. Efectes educatius i deseducatius.
19. L'opinió pública i la comunicació política. Concepcions. Formació, segons els sistemes polítics. El clima d'opinió. Els factors condicionants. L'actualitat política. Les seves formes d'expressió. Opinió pública i desenvolupament polític. Els sondejos d'opinió.
20. La comunicació política internacional (1). Les relacions internacionals a nivell institucional, grupal o individual, i el seu tractament pels mitjans de comunicació. Relacions pacífiques i relacions conflictives. Paper de la propaganda.
21. La comunicació política internacional (2). Les grans organitzacions internacionals com a emissors comunicatius. L'imperialisme comunicatiu. Les agències d'informació internacionals. Els mitjans de comunicació internacionals. Les multinacionals del Hardware i del Software. Els grups multimedia.

BIBLIOGRAFIA RECOMANADA

- ALMOND, Gabriel A. i VERBA, Sidney: La cultura cívica. (estudi sobre la participació política democràtica en cinc països: Gran Bretanya, Estats Units, República Federal d'Alemanya, Itàlia i Mèxic) Madrid, Euràmerica, 1970.
- ARCEO VACAS, José Luis: Cómo ganar unas elecciones. (Tratamiento teórico práctico de la imagen de los políticos). Madrid, Fomento de Bibliotecas, 1982.
- BARRANCO SAIZ, Francisco Javier: Técnicas de marketing político. Madrid, Pirámide, 1982.
- BERELSON, B.; GAUDET, H. i LAZARSFELD, P.F.: El pueblo elige. Buenos Aires, Paidós, 3a ed., 1962.
- BERGER, Suzanne: La organización de los grupos de interés en Europa Occidental. Ministerio del Trabajo y Seguridad Social, Madrid, 1988.
- BERRIO, Jordi: Teoría social de la persuasión. Barcelona, Mitre, 1983.
- BONNIN, Pere: Así hablan los nazis. Aproximación al estudio del lenguaje fascista en los

- medios de comunicación. Barcelona, Dopesa, 1973.
- BORRAT, HÉCTOR: El periódico, actor político, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1989.
- BROWNE, C.G. i COHN, T.S.: El estudio del liderazgo. Buenos Aires, Paidós, 1968.
- BUTLER, B.E.: Estudio del comportamiento político. Madrid, Tecnos, 1964.
- CAREAGA, Gabriel: Los intelectuales y el poder. Sep Diana, México, 1979.
- CASTILLO, Pilar del: La financiación de partidos y de candidatos en las democracias occidentales. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas y Siglo XXI de España, 1985.
- CAYROL, Roland: La nouvelle communication politique. Paris, Larousse, 1986.
- CELIS, Jacqueline de: Los grupos de presión en las democracias occidentales. Madrid, Tecnos, 1963.
- COMUNICACIÓ SOCIAL I IDENTITAT CULTURAL. Grup de treball, XVIè Congrés International Association for Mass Communication Research, juliol, 1988, Facultat de Ciències de la Informació, 1988.
- COTTERET, Jean-Marie: Gouvernants et gouvernés. Paris, Presses Universitaires de France, 1975.
- DADER, José Luis: Periodismo y pseudo-comunicación política. Pamplona, Universidad de Navarra, 1983.
- DEUTSCH, Karl W.: Los nervios del gobierno. Modelos de comunicación y de control políticos. Buenos Aires, Paidós, 1969.
- DOMENACH, Jean-Marie: La propaganda política. Barcelona, Edicions 62, 1963.
- DOWSE, R. i HUGHES, H.: Sociología política. Madrid, Alianza Editorial, 1975.
- DURANDÍN, G.: La mentira en la propaganda política y en publicidad. Barcelona, Paidós, 1983.
- DUVERGER, Maurice: Sociología política. Barcelona, Ariel, 1972.
- ESCARPIT, Robert: Teoría de la información práctica política. México, Fondo de Cultura Económica, 1983.
- ESTEBAN, Jorge de: Por una comunicación democrática. València, Fernando Torres, 1976.
- FAGEN, R.: Política y comunicación. Buenos Aires, Paidós, 1968.
- Fox, Elisabeth, ed: Medios de comunicación y política en América Latina, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1989.
- GARCIA PELAYO, Manuel: Los mitos políticos. Madrid, Alianza Editorial, 1981.
- GINER, Salvador i PÉREZ IRUELA, Manuel: La sociedad corporativa. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas, 1979.
- Giordano, E. Zeller, C.: Europa en el juego de la comunicación global. fundesco, 1988. Madrid.
- GONZÁLEZ CASANOVA, J.A.: Comunicación humana y comunidad política. Madrid, Tecnos, 1968.
- HABERMAS, J.: Historia y crítica de la opinión pública. Barcelona, Gustavo Gili, 1981.
- HERMET, G. et alii: ¿Para qué sirven las elecciones? México, Fondo de Cultura Económica, 1982.
- Herreros Arconada, Mario: teoría y técnica de la propaganda electoral (formas publicitarias), ESRP-PPu, Barcelona, 1989.
- HIRSCH-WEBER, W.: La política como conflicto de intereses. Madrid, Tecnos, 1972.
- Jacquard, Roland: La desinformación: una manipulación del poder, Espasa Calpe, Madrid, 1988.
- LIPSET, Seymour: Political Man. Heinemann, London, 1969. Traducció castellana: El hombre político. Buenos Aires, Eudeba, 2a ed. 1968.
- LÓPEZ GUERRA, Luis: Las campañas electorales. Propaganda y política en la sociedad de masas. Barcelona, Ariel, 1976.
- LÓPEZ PINA, A. i ARANGUREN, Ed.L.: La cultura política en la España de Franco.

- Madrid, Taurus, 1976.
- LÓPEZ PINTOR, Rafael: La opinión pública española: del franquismo a la democracia. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas, 1982.
- LOZANO BARTOLOZZI, Pedro: El ecosistema político. (Teoría informativa de las relaciones internacionales). Pamplona, Universidad de Navarra, 1976.
- LUCAS VERDÚ, Pablo: Política e inteligencia. Madrid, Tecnos, 1965.
- MacBRIDE: Voces múltiples. Un solo mundo. México. F.C.E., 1981.
- MacGINNIS, J.: Cómo se vende un presidente. Península, 1974.
- MELLIZO, Felipe: El lenguaje de los políticos. Barcelona, Fontanella, 1976.
- MEYNAUD, Jean i LANCELOT, Alain: Les attitudes politiques. Barcelona, Edicions 62, 1967.
- MILLS, Wright, et alii: Los intelectuales y la política. Montevideo, Nuestro Tiempo, 1968.
- MOODIE, G. i STUART-KENNEDY, G.: Opiniones, públicos y grupos de presión. México, Fondo de Cultura Económica, 1976.
- MORAGAS, M. de : Sociología de la Comunicación de masas. Vol. III. Propaganda política y opinión pública. Barcelona. Gustavo Gili, 1986.
- MUÑOZ ALONSO, Alejandro, Política y nueva comunicación (el impacto de los medios en la vida política), Fundesco, Madrid, 1989.
- MUÑOZ ALONSO, A., Monzón, C., ROSPIR, J.A., DADESR, J.L., Opinión Pública y Comunicación Política, Eudema, Madrid, 1990.
- NIMMO, D.D. i SANDERS, K. (eds.): Handbook of political communication. London, Sage, 1981.
- PARÉS I MAICAS, Manuel: La ideología regional de la prensa española (1966-1973). Barcelona, Edicions 62, 1984.
- PERRY, Roland: Elecciones por ordenador. Madrid, FUNDESCO, 1986.
- PYE, L.W.: Evolución política y comunicación de masas. Buenos Aires, Troquel, 1969.
- RAMÍREZ, Manuel: La participación política. Madrid, Tecnos, 1985.
- REBOLLO TORIO, Miguel Angel: Lenguaje y política, introducción al vocabulario político republicano y (totalitario, digo franquista). València, Fernando Torres, 1978.
- REY MORATO, Javier del: La comunicación política. Madrid, Eudema, 1989.
- SAPERAS, Enric: Los efectos cognitivos de la comunicación de masas.
- SCHILLER, H.: Comunicación de masas e imperialismo yanqui. Barcelona, Gustavo Gili, 1976.
- SCHILLER, H.: Manipuladores de cerebros. Barcelona, Gedisa, 1979.
- SCHWARTZENBERG, R.G.: EL show en política. Barcelona, Dopesa, 1980.
- VEDEL, George; et alii: La despolitización. Madrid, Tecnos, 1973.
- YOUNG, K.: La opinión pública y la propaganda. Buenos Aires, Paidós, 1967.