

CURS ACADÈMIC : 2001 – 2002

LLICENCIATURA: COMUNICACIÓ POLÍTICA

CURS: 3er.

Codi:	
Assignatura:	PERIODISME I PUBLICITAT I RELACIONS PÚBLIQUES
Tipus d'assignatura:	Optativa
Núm. de crèdits:	5
Professorat:	Pere-Oriol Costa Manel Parés i Maicas
Quadrimestre:	1er.

OBJECTIUS DE L'ASSIGNATURA:

Coneixement dels diversos processos de comunicació política. Atenció especial a la descripció dels mètodes i tècniques de persuasió. Reflexió crítica sobre les actuals estratègies de persuasió política en el marc de la societat democràtica.

TEMARI:

I INTRODUCCIÓ

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

II EMISSORS DE COMUNICACIÓ POLÍTICA

Partits polítics: definicions, organització i espectre ideològic.- Govern i institucions públiques.- Emissors independents, grups de pressió i lobbys.- Els professionals de la Comunicació Política.- Els paper de les "élites" i els intel·lectuals.

III APROXIMACIÓ HISTÒRICA

Orígens i desenvolupament de la Propaganda Democràtica.- Propaganda bèl·lica en el Segle XX.- Propaganda marxistaleninista.- Propaganda nazi.- La Propaganda a la Guerra Civil espanyola.- De la propaganda clàssica al marketing social i electoral.

IV INVESTIGACIÓ POLÍTICA I PRESA DE DECISIONS

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

V INSTRUMENTS DE COMUNICACIÓ POLÍTICA (I)

Comunicació mitjançant la premsa.- Gabinets de comunicació i Relacions públiques 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 POLÍTICA (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 POLÍTICA

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

comunicació política.

BIBLIOGRAFIA

BÀSICA:

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

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

COMPLEMENTÀRIA:

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 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 elections?* 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: 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. Language, 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. *Teoria y Tècnica 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 Universitas, 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 Congrès sur TV et élections*. 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 DOCENT:

TEORIA:

El curs consta de:

- A) Explicació del programa per part del professor
- B) Seminari d'actualitat en l'àmbit de la Comunicació Política, en la primera part de la classe

PRÀCTIQUES D'AULA:

- A) Presentació de diversos textos seleccionats sobre Comunicació Política
- B) Intervenció lliure dels alumnes en el Seminari d'actualitat
- C) Elaboració d'un assaig o un pre-treball

SISTEMA D'AVALUACIÓ:

Un assaig o un pre-treball i un examen final.