

USO PLÍTICO DE LA TV Y LA RADIO



SKU: 3989-92_V2

Horas: 50

OBJETIVOS

- Ampliar conocimientos sobre la historia del uso político de la TV y la radio.
- Analizar el diseño del mensaje mediante la propaganda y la comunicación política y sus tipologías.
- Profundizar sobre el funcionamiento de una emisora de radio conociendo los tipos existentes, formatos de programas, su lenguaje y las técnicas de la entrevista radiofónica.
- Conocer la estructura organizativa de la televisión, los tipos de emisión, géneros y formatos televisivos y la publicidad de la televisión.
- Conocer sobre la manipulación de la información a través de la agenda setting y sus consecuencias y el poderoso influjo de las imágenes.
- Tratar el spot de la declaración política y la fabricación del consenso.
- Profundizar sobre la crítica de Chomsky y su modelo de análisis de medios.
- Aprender los efectos políticos de los medios.
- Entender los nuevos medios además de la televisión y la acción política.
- Conocer la publicidad y los medios audiovisuales y política.
- Conocer sobre el debate electoral nacional español.
- Profundizar sobre la gestión de la imagen.

CONTENIDO

UD1. Introducción al uso político de la TV y la radio

1. Introducción
2. El diseño del mensaje

- 2.1. Propaganda, comunicación persuasiva y comunicación política
- 2.2. Fuentes de la propaganda y la comunicación política
 - 2.2.1. La publicidad
- 2.3 Tipologías
- 3. Breve historia del uso de la radio y la televisión como armas políticas
 - 3.1. La radio
 - 3.1.1. Nazismo
 - 3.2. La televisión, más allá de la Guerra Fría

UD2. Radio y televisión como medios de masas

- 1. Introducción
- 2. Funcionamiento de una emisora de radio
 - 2.1. Tipos de emisora de radio
 - 2.2. Formatos de programas de radio
 - 2.3. El lenguaje de la radio
 - 2.4. Formatos
 - 2.5. Técnicas de la entrevista radiofónica
- 3. La televisión
 - 3.1. Estructura organizativa de la Televisión
 - 3.2. Tipos de emisión de televisión
 - 3.3. Géneros y Formatos televisivos
 - 3.4. Otras tendencias de la televisión
 - 3.5. Publicidad en televisión

UD3. Política e información: las reglas del juego

- 1. La manipulación de la información

- 1.1. La agenda setting
- 1.2. El poderoso influjo de las imágenes
- 1.3. Consecuencias de la agenda setting
2. El spot de la declaración política
3. Fabricación del consenso
4. La crítica de Chomsky y su modelo de análisis de medios
5. Efectos políticos de los medios
6. Televisión y acción política
7. Nuevos medios: ¿desplazamiento o reconfiguración?
8. Fragmentación de la audiencia
9. Publicidad, medios audiovisuales y política
10. El nuevo ecosistema de los medios

UD4. El debate político

1. Introducción
2. El debate electoral en España
 - 2.1. Reglas del debate
3. Imagen pública
4. Consideraciones finales