



## Uso político 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.

### CONTENIDOS

#### 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