



FICHA DE ASIGNATURA

Asignatura: DISCURSO Y COMUNICACIÓN POLÍTICA
Código: 603061
Grupo: A. Horario: lunes, 19-21 horas
Grupo: B Horario: martes, 19-21 horas
Aula: C-210 (Edificio nuevo)
Módulo: 2 (Sociedad, comunicación y tipologías discursivas en Periodismo). Materia: .2.2. (Análisis pragmático del discurso periodístico)
Carácter: Obligatorio
Créditos ECTS: 6
Presenciales: 2. No presenciales: 4
Duración: Semestral . Semestre: 1º
Idioma: español
Profesor: Javier del Rey Morató. Departamento de Periodismo I.
E-mail: javierey@ccinf.ucm.es Despacho: 216-1 Tfno: 913942025
Tutorías: Lunes y martes: 16-19 horas
Breve descriptor: Formación avanzada para el conocimiento y análisis sobre retórica del discurso político, sobre los valores democráticos y las diferentes ideologías que se expresan mediante el lenguaje, consignas y razonamientos, y sobre los grandes patrones de argumentación en los discursos políticos de las campañas electorales
Requisitos: Ninguno
Objetivos o resultados de aprendizaje: - Conocer y analizar la retórica e ideologías de los discursos políticos y de las estrategias de persuasión en campañas políticas y electorales

COMPETENCIAS

- Integrar saberes adquiridos, afrontar su complejidad y demostrar capacidad de formular juicios sobre las responsabilidades sociales y éticas del ejercicio comunicativo del Periodismo y con los debates sociales que genera.
- Aptitud para desarrollar vías de trabajo que permitan la interacción entre investigación y práctica, generando proyectos integrados en programas de investigación que favorezcan la multidisciplinariedad y se articulen sobre la realidad social y comunicativa del Periodismo.
- Capacidad para la observación de fenómenos y problemas, para expresar ideas y plantearse hipótesis, para crear un corpus teórico propio basado en el análisis y la síntesis de otros estudios y teorías, para desarrollar metodologías adecuadas para la investigación y para llegar a conclusiones pertinentes, claras, precisas, que enriquezcan el campo de estudio abordado y que contribuyan al avance del conocimiento en cualquier ámbito fenomenológico del Periodismo y la Comunicación.
- Aptitud para la ideación y desarrollo de proyectos de investigación adaptados al contexto comunicativo y discursivo del Periodismo, así como a observaciones fenomenológicas de la comunicación periodística

Específicas:

- Capacidad para situar los procesos y fenómenos comunicativos que se investiguen (políticos, económicos, culturales, ideológicos, sociales, históricos, etc.) en los correspondientes niveles potenciales de causas y sus posibles efectos.
- Capacidad para utilizar estrategias y métodos de investigación comunicativa y periodística aplicados a asuntos científicos, socioeconómicos, políticos, culturales e históricos y su relación con las diferentes corrientes profesionales del periodismo en la sociedad de la información y del conocimiento.
- Conocer la retórica discursiva y argumentativa para su aplicación a textos de análisis, de interpretación y de opinión, la formación de lenguajes y géneros dentro del ámbito de la cultura y la política y la relación entre los discursos de diferentes medios en la formación de las ideologías, en la construcción del imaginario cultural y de los mitos modernos.

CONTENIDOS TEMÁTICOS

1. Concepto de cultura política y su relevancia para la comunicación política.
2. Matrices culturales y culturas políticas en Europa.
3. Matrices culturales y culturas políticas en América Latina.
4. El campo fenomenológico de la comunicación política: dimensiones y posibilidades de la comunicación electoral.
5. La orientación psicológica y la comunicación política.
6. John Locke, el lenguaje y la comunicación política.
7. La comunicación de la realidad y la realidad de la comunicación. Un ejemplo práctico: gestión política y comunicación política en la crisis del "Prestige".
8. De la Teledemocracia a la Ciberdemocr@cia: Internet y las campañas electorales.
9. Los Símbolos y la comunicación política. Condensación y expansión del significado. Vexilología y

Comunicación Política.

10. La Edad Moderna y la Comunicación. Signos. Símbolos. Realidad.
11. La memoria social, caja negra de la comunicación política.
12. La dialéctica en la Antigüedad y la dialéctica en la Modernidad: Protágoras, Gorgias, Sócrates, Platón, Aristóteles, Kant, Hegel y Schopenhauer.
13. Información estética y semántica en la comunicación política de la dictadura (1): Hitler y Mussolini.
14. Información estética y semántica en la comunicación política de la dictadura (2): Franco, Perón, Pinochet, Castro. Comunicación política y violencia simbólica.
15. La cultura, los medios de comunicación y el horizonte de las comunicaciones posibles.
16. La creencia en la magia social.
17. La erística electoral.
18. Una teoría lúdica de la argumentación.
19. La gestión de la comunicación.

Actividades docentes:

Concepto	%
Clases teóricas y seminarios	25
Trabajo personal (estudio y lectura de textos obligatorios y complementarios)	40
Elaboración de trabajos	30
Tutorías presenciales y virtuales y aprendizaje interactivo	3
Asistencia a actividades académicas y culturales relacionadas	2

Evaluación: sistema de evaluación continua basada en los siguientes porcentajes según las actividades:

Concepto	%
Asistencia y participación activa en las clases, seminarios y tutorías presenciales y virtuales	40
Lectura de textos y exposición	20
Trabajo de investigación de la asignatura	35
Actividades complementarias	5

Calificación: 0-10

Bibliografía fundamental sobre diversos aspectos del programa para la teoría y la investigación:

- ACCETTO, Torquato (1996): *Della dissimulazione onesta* Génova, Edizioni Costa & Nolan.
- AGUILAR GARCÍA, E., y SÁNCHEZ GALCIA, J. (eds., 2003): *Marketing y Elecciones. La Comunicación Política en el México Contemporáneo*. México. LunArena / Instituto Internacional de Estudios sobre Comunicación Pública.
- AMADORI, Alessandro (2005): *Avanti miei Prodi!*. Milano Libri Scheiwiller.
- ARISTÓTELES (1971 y otras ediciones): *Retórica*. Madrid, Instituto de Estudios Políticos.

- ARISTÓTELES (1980): *Argumentos Sofísticos*. Buenos Aires, Aguilar Argentina de Ediciones.
- BACQUÉ, Raphaëlle (2002): *Chirac, Le démon du pouvoir*. Paris, Ed. Albin Michel.
- BERROCAL, Salomé (coord., 2003): *Comunicación política en televisión y nuevos medios*. Barcelona, Ariel.
- BONGRAND, Michel(1996): *Splendeurs et misères de la politique*. Ed. La Rousse.
- BORRINI, Alberto (1999): *Cómo se vende un candidato. Un siglo de campañas políticas en Argentina*. Buenos Aires, Ediciones La Crujía.
- BOURDON, Jérôme (1990): *Histoire de la télévision sous de Gaull*. Anthropos-INA
- BRUNE, François (1996): *“Les Médias Pensent comme Moi!”*. *Fragments du discours anonyme*. Paris, L´Harmattan.
- BUENO, Gustavo (2003): *El mito de la izquierda*. Barcelona, Ediciones B.
- CALBRIS, Geneviève (2003): *L`Expresión gestuelle de la pensée d`un homme politique*. Paris, CNRS Éditions.
- CANEL, María José (1999): *Comunicación Política. Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*. Madrid, Tecnos.
- CANIGLIA, Enrico (2000): *Berlusconi; Perot e Collor come political outsiders. Media, marketing e sondaggi nella costruzioni del consenso político*. Soveria Mannelli (Catanzaro). Rubbettino.
- CARDINAL MAZARIN (1996): *Bréviaire des Politiciens*. Paris, Arléa.
- CARLYLE, Thomas (1984): *Tratado de los Héroes*. Barcelona, Editorial Iberia.
- CARLYLE, Thomas (1976): *Sartor Resartus*. Madrid, Editorial Fundamentos.
- CASSIRER, Ernst (1974): *El Mito del Estado*. México, FCE.
- CAYROL, Roland (1997): *Médias et Démocratie. La Dérive*. Paris, Presses de Sciences Po.
- CAYROL, Roland (1986): *La Nouvelle Communication Politique*. Paris, Larousse.
- CAYROL, Roland, y MERCIER, Arnaud (2002): *Télévision, politique et élections*. Paris, Les Dossiers de l´Audiovisuel-INA.
- CHARAUDEAU, Patrick (1997): *Le discours d´information médiatique. La Construction du miroir social*. Paris, NATHAN.
- COLÉ, Gérard (1999): *Le Conseiller du Prince*. Ed. Michel Lafon.
- CONDE DE ROMANONES (1974): *Breviario de Política Experimental*. Madrid. Editorial Plus Ultra.
- COTTERET, Jean-Marie (1977): *La Comunicación Política*. Buenos Aires, El Ateneo.
- CHAGNOLLAUD, Dominique (1996): *Introduction à la Politique*. Paris. Éditons du Seuil.
- DADER, José Luis (1998): *Tratado de Comunicación Política*. Madrid, J.L. Dader Editor.
- DEL REY MORATÓ, Javier (1996): *Democracia y Posmodernidad*. Madrid. Editorial Complutense.
- DEL REY MORATÓ, Javier (1989): *La Comunicación Política*. Madrid. EUEDEMA.
- DEL REY MORATÓ, Javier (1997): *Los Juegos de los Políticos*. Madrid, Tecnos.
- DEL REY MORATÓ, Javier (2005): “La memoria, caja negra de la comunicación”, en Revista *CIC*, , UCM, Madrid, nº 10, 2005. Disponible en: <http://www.ucm.es/info/per3/>.
- DEL REY MORATÓ, Javier (2007): *Comunicación Política, Internet y Campañas Electorales. De la Teledemocracia a la Ciberdemocr@cia*. Tecnos, Madrid.
- DEL REY MORATÓ, Javier: “La Comunicación Social en la Era de la Globalización”, *Revista Digital de la Organización de Estados Iberoamericanos* (OEI) “Pensar Iberoamérica”, nº 5, 1-15. Disponible en: <http://www.campus-oei.org/pensariberoamerica/ric05a05.htm>
- DEL REY MORATÓ, Javier (2007): “La Cultura Política Latinoamericana: la pasión por redactar constituciones”, en *Revista Nueva Sociedad*, Fundación Friedrich Ebert. Buenos aires.

- DEL REY MORATÓ, Javier (2007): "El Populismo Latinoamericano y la Comunicación Política: Tríada Perversa, Agonística y Lazo Social". Congreso de Comunicación Política. Ciclo Complutense de Comunicación. Madrid, marzo de 2007.
- DEL REY MORATÓ, Javier (2010): *América Latina, 1810-2010. Filosofía, Religión y Política en el Espacio Antropológico. Una Teoría de la Comunicación y de la Cultura*. Madrid, Fragua
- DOMENACH, Jean-Marie (1962): *La Propaganda Política*. Buenos Aires. EUDEBA.
- DOMENACH, Jean-Marie (1988): *Des idées pour la politique*. Paris, Éditions du Seuil.
- DRAÏ, Raphaeël (1981): *Le Pouvoir et la Parole*. Paris, Payot.
- DRAÏ, Raphaeël (1979): *La Politique de l'Inconscient*. Paris, Payot.
- DUHAMEL, Olivier, y JEANNENEY, Jean-Noël (2002): *Présidentielles, les Surprises de l'Histoire 1965-1995*. Paris, Le Seuil.
- ESDERS, Viviane (2002): *La photographie du président*. Paris, Ed. Hazan.
- ETKIN, Jorge (1999): *Metáfora y doble discurso político. Los juegos del lenguaje en las prácticas del poder*. Buenos Aires, Ediciones Universidad de Buenos Aires.
- FERNANDEZ LAGUNILLA, Marina (1999): *La lengua en la comunicación política. I. El discurso del poder, y II. La palabra del poder*. Madrid, Arco Libros.
- FERRY, Jean-Marc, WOLTON, Dominique, y otros (1992): *El Nuevo Espacio Público*. Barcelona. Gedisa.
- FREUND, Julien (1965): *Qu'est-ce que la politique?*. Paris, Éditions Sirey.
- GALINDO, Fermín (1998): *Fundamentos de comunicación política*. Santiago de Compostela, Tórculo.
- GAUTHIER, G., GOSSELIN, A., y MOUCHON, J. (comps., 1998): *Comunicación y Política*. Barcelona, Gedisa.
- GERSTLÉ, Jacques (1992): *La Communication Politique*. París. Presses Universitaires de France.
- GOEBBELS, Joseph (1960): *Diario*. Barcelona, Editorial Plaza & Janés.
- GRACIAN, Baltasar (1985): *El Político don Fernando el Católico*. Zaragoza. Institución Fernando el Católico (C.S.I.C.) de la Excma. Diputación Provincial de Zarazoga.
- GRIJELMO, Alex (2000): *La seducción de las palabras*. Madrid, Taurus,
- HUET, Sophie, y LANGENIEUX-VILLARD, Philippe (1982): *La Communication Politique*. Paris, Presses Universitaires de France.
- KAPFERER, Jean-Noël (1978): *Les chemins de la persuasion*. Paris, Gauthier-Villars.
- LABARRIERE, Jean-Louis, LAZZERRI, Christian, y otros (1992): *Teoría Política y Comunicación*. Barcelona, Gedisa.
- LASSWELL, Harold (1974): *La Política como Reparto de Influencia*. Madrid. Aguilar.
- LAUFER, R, y PARADEISE, C. (1982): *Le Prince Bureaucrate. Machiavel au pays du marketing*. Paris, Flammarion.
- LIPPMANN, Walter (2003): *La Opinión Pública*. Madrid, Cuadernos de Langre.
- LÓPEZ EIRE, A., y SANTIAGO GUERVÓS, Javier de (2000): *Retórica y Comunicación Política*. Madrid, Cátedra.
- MAAREK, Philippe (1997): *Marketing Político y Comunicación. Claves para una buena información política*. Barcelona, Paidós.
- MARTIN SALGADO, Lourdes (2002): *Marketing político. Arte y ciencia de la persuasión en democracia*. Barcelona, Paidós.
- MAZARIN, Jules (1996): *Bréviaire des Politiciens*. Paris, Arléa.
- MEYERS, William (1994): *Los Creadores de imagen*. Barcelona, Ariel.
- MINC, Alain (1995): *L'Ivresse Démocratique*. Paris, Gallimard.
- MOUCHON, Jean (1998): *La politique sous l'influence des médias*. Paris, L'Harmattan.

- NIZAM-EL-MOLK (Abu Hasan Ali) (1984): *Traité de Gouvernement. Siyaset-Name*. Paris, Éditions Sindbad.
- NOELLE-NEUMANN, Elisabeth (1995): *La espiral del silencio. Opinión Pública: nuestra piel social*. Barcelona, Paidós.
- PERELMAN, Chaïm, y OLBRECHTS-TYTECA, Lucie (1989): *Tratado de la Argumentación. La Nueva Retórica*. Madrid, Editorial Gredos.
- PÉREZ GARCÍA, David (2003): *Técnicas de Comunicación Política*. Madrid, Tecnos.
- PROSS, Harry (1980): *Estructura Simbólica del Poder. Teoría y práctica de la comunicación pública*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili.
- REVISTA DE SIGNIS / 2. Barcelona. Gedisa. Abril de 2002.
- REVISTA DOSSIER D'ACTUALITÉ MONDIALE. LE NET, Michel (dir.), *La Communication Politique*. Paris. N° 620, 24 novembre, 1989.
- SARTORI, Giovanni (1998): *Homo Videns. La Sociedad teledirigida*. Madrid, Taurus.
- SAUSSEZ, Thierry (1986): *Politique-sédution*. Paris, Ed. Lattès.
- SAUSSEZ, Thierry (1990): *Nous sommes ici par la volonté des Médias*. Paris, Robert Laffont.
- SCHOPENHAUER, Arthur (2004): *Dialéctica erística. O el arte de tener razón expuesta en en 38 estrategias*. Madrid, Alianza Editorial. También en Ed. Trotta, 2007
- SÉGUELA, Jacques (2000): *Le Vertige des Urnes*. Paris, Flammarion.
- TÁCITO, Cornelio (1988): *Diálogo sobre los Oradores*. Madrid, Editorial Gredos.
- TCHAKHOTINE, Serge (1952): *Le viol des foules par la propagande politique*. Paris, Éditions Gallimard.
- WATZLAWICK, Paul (1980): *El Lenguaje del Cambio*. Barcelona, Herder.
- WATZLAWICK, Paul, y otros (1983): *Teoría de la Comunicación Humana*. Barcelona, Herder.
- WEBER, Max (1981): *El Político y el científico*. Madrid, Alianza Editorial.
- WINCKLER, Lutz (1979): *La Función Social del Lenguaje Fascista*. Barcelona, Editorial Ariel.
- WOODROW, Alain (1996): *Les média. Quatrième pouvoir ou cinquième colonne?* Paris, Éditions du Félin.

Bibliografía complementaria desglosada por áreas temáticas:

1. Sobre medios de comunicación, comunicación política y periodismo:

- AGUILAR, M. Á. (1999): *Medios de Comunicación y Cultura Política*. Madrid, Pablo Iglesias.
- ALMEYRA, Guillermo, y THIBAUT, Emiliano (2006): *Zapatistas. Un nuevo mundo en construcción*. Editorial Maipué, Buenos Aires.
- ALMOND, A., y VERBA, S. (1970): *La Cultura Cívica. Euramérica*. Madrid.
- BLUMLER, J. G., y GUREVITCH, M. (1981): *Handbook of Political Communications*. London, Sage.
- BORRINI, Alberto (2003): *Cómo se vende un candidato. Un siglo de campañas políticas en la Argentina*. Buenos Aires, La Crujía Ediciones.
- BRICKMANN, Carlos (1998): *A vida é um palenque. Os segredos da comunicacao política*. Sao Paulo, Editora Globo.
- CALBRIS, Geneviève (2003): *L'expression gestuelle de la pensée d'un homme politique*. Paris, CNRS Éditions.
- CARDINAL MAZARIN (1996): *Bréviaire des Politiciens*. Paris, Arléa.
- CASTILLO, P. del, y CRESPO, I. (Editores, 1977): *Cultura Política. Tirant lo Blanch*. Valencia.
- CAUSSAT, Pierre, ADAMSKI, Dariusz y CRÉPON Marc (1997): *La Langue Source de la Nation. Messianismes séculiers en Europe Centrale et Orientale (du XVIIIe au XXe siècle)*. Paris, Mardaga.
- CHOMSKY, Noam (2004): "Las elecciones de 2004", en "La Página de Chomsky":

<http://www.rebellion.org/noticia.php?id=0323>, 28/12/2004.

- COLÉ, Gérard (1999): *Le Conseiller du Prince*. Paris, Michel Lafon.
- COLOMBO, Furio (1997): *Últimas noticias sobre el Periodismo. Manual de Periodismo Internacional*. Barcelona, Anagrama.
- DEBRAY, Régis (1981): *Crítica de la Razón Política*. Madrid, Cátedra.
- DEBRAY, Régis (1993): *L'État Seducteur*. Paris, Gallimard.
- DE GAULLE, Charles (1959): *Mémoires de Guerre*. Paris, Livre de Poche.
- DEUTSCH, Karl W. (1976): *Política y Gobierno. Cómo el pueblo decide su destino*. Madrid, Fondo de Cultura Económica.
- DEUTSCH, Karl W. (1969): *Los Nervios del Gobierno. Modelos de Comunicación y Control Políticos*. Buenos Aires, Paidós.
- DEUTSCH, Karl W. (1981): *Las Naciones en Crisis*. México, Fondo de Cultura Económica.
- DEUTSCH, Karl W. (1971): *El Nacionalismo y sus Alternativas*. Buenos Aires, Paidós.
- La Lega: Geografía, Storia, Sociologia di un Soggetto Politico*. Roma, Donzelli.
- DIAMANTE, Ilvo (1996): *Il Male del Nort. Lega, Localismo, Secessione*. Roma, Donzelli.
- DIAMOND, Edwin, y BATES, Stephen (1984): *The Spot. The Rise of Political Advertising on Television*. The Massachusetts Institute of Technology, Cambridge (Massachusetts, USA), y Londres.
- EASTON, David (1979): *Esquema para el Análisis Político*. Buenos Aires, Amorrortu.
- ESCARPIT, Robert (1981): *Théorie de l'Information et Pratique Politique* Paris, Seuil.
- ESCARPIT, Robert (1975): *Escritura y Comunicación*. Madrid, Castalia.
- ESTIER, Claude (1996): *François Mitterrand, d'Épinay à l'Élysée*. Paris, Éd. Bruno Leprince
- EZLN (1994): *Documentos y comunicados* (Prólogo de Antonio García de León). México, Era.
- EZLN (1995): *Documentos y comunicados 2* (Prólogo de Antonio García de León). México, Era.
- EWEN, Stuart (1983): *Consciences sous Influence: publicité et Genèse de la Société de Consommation*. Paris, Aubier.
- FAGEN, Richard R. (1969): *Política y Comunicación*. Buenos Aires, Paidós.
- FEDERICO EL GRANDE, Rey de Prusia, «Antimaquiavelo o Examen del Príncipe», en MAQUIAVELO (1980): *El Príncipe*. Madrid, EDAF.
- FERNÁNDEZ AREAL, M. (comp., 1996): *La Comunicación Política*. Pontevedra, Universidad de Vigo.
- GARCÍA BEAUDOUW, V., D'ADAMO, O., y SLAVINSKY, G. (2006): *Comunicación Política y Campañas Electorales. Estrategias en elecciones presidenciales*. Barcelona, Gedisa.
- GELLNER, Ernst (1989): *Cultura, Identidad y Política. El nacionalismo y los nuevos cambios sociales*. Barcelona, Gedisa.
- GERSTLÉ, Jacques (1992): *La Communication Politique*. Paris, Presses Universitaires de France.
- GISCARD D'ESTAING, Valéry (1988): *El Poder y la Vida*. Madrid, El País-Aguilar.
- GITLIN, Todd (1991): "The Politics of Communication and the Communication of Politics", en CURRAN, James (1991): *Media, Culture and Society*. London, Edward Arnold.
- GODART-WENDLING, Béatrice (1990): *La Vérité et le menteur. Les paradoxes sui-falsificateurs et la Sémantique des Langues Naturelles*. Paris, CNRS.
- GONZÁLEZ CASANOVA, J. A. (1968): *Comunicación Humana y Comunidad Política*. Madrid, Tecnos.
- GRABER, D. A. (comp., 1986): *El Poder de los Medios en la Política*. Buenos Aires, Grupo Editor Latinoamericano.
- GREEN, Mark, y McCOLL, Gail (1986): *Ronald Reagan, el Rey del Error*. Madrid, Editorial Fundamentos.

- GROSSER, Alfred, Hitler (1972): *La Presse et la Naissance d`une Dictadure*. Paris, Librairie Armand Colin.
- GUICHARD, Jean-Pierre (1985): *De Gaulle et les Mass Media. L`image du Général*. Paris, Éditions France-Empire.
- HALLIER, Jean-Edern (1996): *L`Honneur Perdu de François Mitterrand*. Paris, Rocher.
- HUET, Sophie, y LANGENIEUX-VILLARD, Philippe (1982): *La Communication Politique*. Paris, Presses Universitaires de France.
- KAUFMANN, Margarita (1994): *Comunicación Política*. Perú, Konrad Adenauer Stiftung.
- LABORDA, X. (1996): *De Retórica. La Comunicación Persuasiva*. Barcelona, Barcarola.
- LAPORTA, Francisco J., y ÁLVAREZ, Silvina (eds., 1997): *La Corrupción Política*. Madrid, Alianza.
- LASSWELL, Harold (1963): *Psicopatología y Política*. Buenos Aires, Paidós.
- LASSWELL, Harold (1971): *El Futuro de la Ciencia Política*. Madrid, Tecnos.
- LINDHOLM, Charles (1992): *Carisma. Análisis del fenómeno carismático y su relación con la conducta humana y los cambios sociales*. Barcelona, Gedisa.
- LINDHOLM, Charles (1956): *La Crisis de la Democracia Occidental*. Barcelona, Hispano Europea.
- LINDHOLM, Charles (1986): "Periódicos", en GRABER, Dorys (comp., 1986): *El Poder de los Medios en la Política*. Buenos Aires, Grupo Editor Latinoamericano.
- LIPPMANN, Walter (2003): *La opinión pública*. Madrid, Ed. Cuadernos de Langre.
- LÓPEZ EIRE, A., y SANTIAGO CUERVOS, J. de (2000): *Retórica y Comunicación Política*. Madrid, Cátedra.
- LÓPEZ GUERRA, Luis (1977): *Las Campañas Electorales en Occidente*. Barcelona, Ariel.
- MANGONE, Carlos, y WARLEY, Jorge (eds., 1994): *El discurso político: del foro a la televisión*. Buenos Aires, Biblos.
- MENDONCA, Duda (2001): *Casos & Coisas. Histórias de vida e misterios do marketing político revelados com impressionante riqueza de detalhes pelo maior especialista brasileiro no assunto*. Sao Paulo, Editora Globo.
- MONZÓN, Cándido (1996): *Opinión Pública, Comunicación y Política*. Madrid, Tecnos.
- MONZÓN, Cándido (2005): *Encuestas y elecciones*. Madrid, Tecnos.
- MOUCHON, Jean (1999): *Política y Medios. Los poderes bajo influencia*. Barcelona, Gedisa.
- MUÑOZ ALONSO, A., y ROSPIR, J. (dirs., 1995): *Comunicación política*. Madrid, Universitas.
- MUÑOZ ALONSO, A., y ROSPIR, J. (dirs., 1999): *Democracia mediática y campañas electorales*. Barcelona, Ariel.
- MURARO, Heriberto (1997): *Políticos, Periodistas y Ciudadanos*. Brasil, Fondo de Cultura Económica.
- NATERA PERAL, A. (2001): *El Liderazgo Político en la Sociedad Contemporánea*. Madrid, Centro de Estudios Constitucionales.
- NIMMO, Dan, y COMBS, J.E. (1986): "Un hombre para todas las estaciones", en GRABER, D.A. (1986): *El Poder de los Medios en la Política*. Buenos Aires, Grupo Editor Latinoamericano.
- PÉREZ GARCÍA, D. (2003): *Técnicas de comunicación política*. Madrid, Tecnos.
- PERRY, Roland (1986): *Elecciones por Ordenador*. Madrid, Fundesco/Tecnos.
- PHILIPPE, M. (1997): *Marketing Político y Comunicación*. Barcelona, Paidós.
- POSTMAN, Neil (1991): *Divertirse hasta morir. El discurso político en la era del «show business»*. Barcelona, La Tempestad.
- PROAÑO, Luis (1989): *Comunicación y Política: temas controversiales*. Quito, CIESPAL.
- PROSS, Harry (1980): *Estructura Simbólica del Poder. Teoría y Práctica de la Comunicación Pública*. Barcelona, Gustavo Gili.

- PYE, Lucien W. (1969): *Evolución Política y Comunicación de Masas*. Buenos Aires, Troquel.
- REVENGA SÁNCHEZ, Miguel (1996): *El Imperio de la Política*. Barcelona, Ariel.
- ROLAND, Cayrol (1986): *La Nouvelle Communication Politique*. Paris, Larousse.
- SANCHÍS, José Luis (1996): *Cómo se Gana el Poder*. Madrid, Espasa Calpe.
- SARTORI, Giovanni (1998): *Elementos de Teoría Política*. Madrid, Alianza Editorial.
- SARTORI, Giovanni (1998): *Homo Videns. La sociedad teledirigida*. Madrid, Taurus.
- SCHLESINGER, Arthur (1967): *Nuevos Estilos en Política*. Buenos Aires, Pleamar.
- SCHMITT, Carl (1972): *La Notion de Politique*. Paris, Flammarion.
- SCHMITT, Carl (1990): *Sobre el parlamentarismo*. Madrid, Tecnos.
- SCHWARTZENBERG, Roger-Gerard (1978): *El Show Político*. Barcelona, Dopesa.
- SCHWARTZENBERG, R.G. (1967): *La Campagne Présidentielle de 1965*. Paris, PUF.
- SEGUELA, Jacques (1995): *La Parole de Dieu*. Paris, Albin Michel.
- SEGUELA, Jacques (2000): *Le Vertie des Urnes*. Paris, Flammarion.
- SFEZ, Lucien (1993): *La Politique Symbolique*. Paris, PUF.
- SHA, Timothu Samuel, y TOFT, Monica d., (2006): "Por qué Dios está ganando", en *Foreign Policy*, nº 16, agosto/septiembre 2006.
- SWANSON, D. K., y NIMMO, D. (1990): *New Directions in Political Communications*. London, Sage.
- TEISSIER, Elizabeth (1997): *Sous le Signe de Mitterrand. Sept Ans d`Entretiens*. Paris, Édition 1.
- TENZER, Nicolás (1997): *Le Tombeau de Machiavel. De la corruption intellectuelle de la Politique*. Paris, Flammarion.
- TENZER, Nicolás (1991): *La Politique*. Paris, Presses Universitaires de France, coll. «Que sais-je?»
- TENZER, Nicolás (1994): *Philosophie Politique*. Paris, Presses Universitaires de France, coll. «Premier Cycle».
- TOURAINÉ, Alain (1989): *Le Retour de l`Acteur*. Paris, Fayard.
- TOURAINÉ, Alain (1992): "Comunicación Política y Crisis de la Representatividad", en FERRY, Jean-Marc, Dominique WOLTON, y otros (1992): *El Nuevo Espacio Público*. Barcelona, Gedisa.
- VARGAS LLOSA, Álvaro (1991): *El diablo en campaña*. Madrid, El País/Aguilar.
- VARGAS LLOSA, Mario (1993): *El Pez en el Agua. Memorias*. Barcelona, Seix Barral.
- VATTIMO, Gianni (1996): *Filosofía, Política, Religión. Más allá del «pensamiento débil»*. Oviedo, Nobel.
- VÉDRINE, Hubert (1996): *Les Mondes de François Mitterrand*. Paris, Fayard.
- WEAVER, D., GARBER, D. A., MC COMBS, M. E., & EYAL, C. H. (1981): *Media agenda-setting in a presidential election*. New York, Praeger
- WEBER, Max (1981): *El Político y el Científico*. Madrid, Alianza.
- WEBSTER, Paul (1997): *Mitterrand. L`autre histoire: 1945 – 1995*. Paris, Félin.
- WELSCK, Friedrich, y MARNER, Frederick (eds., 2000): *Opinión Pública y elecciones en América*. Venezuela, CDB Publicaciones.
- WOODWARD, Bob (1996): "La Política norteamericana es muy hipócrita", en *La Revista de El Mundo*, nº 54, 27 de octubre de 1996.
- 2. Sobre el lenguaje, los símbolos, la retórica y la propaganda política:**
- ABASTADO, Claude (1980): *Mensajes des Médias, Textes et non Textes*, París.
- ACCETTO, Torquato (1996): *Della Dissimulazione Onesta*. Génova, Costa & Nolan.
- ACERO, J. y otros (1982): *Introducción a la Filosofía del Lenguaje*. Madrid, Cátedra.

- ALBADALEJO, T. (1989): *Retórica*. Madrid, Síntesis.
- ARISTÓTELES (1971): *Retórica*. Madrid, Instituto de Estudios Políticos.
- ARISTÓTELES (1980): *Argumentos Sofísticos*. Buenos Aires, Aguilar Argentina.
- ARISTÓTELES (1981): *La Política*. Madrid, Editora Nacional.
- ARISTÓTELES (1984): *Ética a Nicómaco*, vols. I y II. Barcelona, Orbis.
- ARISTÓTELES (1967): *Retórica a Alejandro*, en Obras. Madrid, Aguilar.
- ARISTÓTELES (1967): *Tópicos*, en Obras. Madrid, Aguilar.,
- BENESCH, H., y SCHMANDT, W. (1982): *Manual de Autodefensa Comunicativa. La manipulación y cómo burlarla*. Barcelona, Gustavo Gili.
- BERRIO, Jordi (1983): *Teoría Social de la Persuasión*. Barcelona, Mitre.
- BÜHLER, K. (1967): *Teoría del Lenguaje*. Madrid, Ed. Revista de Occidente.
- CHARAUDEAU, Patrick (2003): *El Discurso de la Información*. Barcelona, Gedisa.
- CHOMSKY, Noam (1977): *Réflexions sur le Langage*. Paris, Maspero.
- CICERÓN (1991): *Retórica a Herenio*. Barcelona, Bosch.
- COMETTI, Jean-Pierre (1996): *Philosopher avec Wittgenstein*. Paris, Presses Universitaires de France.
- COSERIU, Eugenio (1952): "Sistema, Norma y Habla", en *Teoría del Lenguaje y Lingüística General*. Montevideo (segunda edición, en Gredos, Madrid, 1967.)
- COSERIU, Eugenio (1977): *Principios de Semántica Estructural*. Madrid, Gredos.
- COTTERET, Jean-Marie (1969): *Le Vocabulaire du Général de Gaulle*. Paris, Presses de la Fondation des Sciences Politiques.
- COTTERET, Jean-Marie, EMERI, C., GERSTLÉ, J., et MOREAU, R. (1976): *Giscard-Mitterrand, 54774 Mots Pour Convaincre*. Paris, Presses Universitaires de France.
- CUATRECASAS, Juan (1972): *Lenguaje, Semántica y Campo Simbólico*. Buenos Aires, Paidós.
- DOMARUS, Max (1990): *Hitler, Speeches and Proclamations 1932-1945. The Chronicle of a Dictatorship*, I. B. London, Tauris & Co. Ltd. Vol. I: 1932-1934.
- DOMENACH, Jean-Marie (1988): *Des Idées pour la Politique*. Paris, Seuil.
- DOMENACH, Jean-Marie (1979): *La Propagande Politique*. Paris, Press Universitaires de France (Trad. esp.: 1950: *La Propaganda Política*. Buenos Aires, EUDEBA)
- DOUGLAS, Mary (1978): *Símbolos Naturales*. Madrid, Alianza.
- DRAY, Raphaël (1981): *Le Pouvoir et la Parole*. Paris, Payot.
- DRIENCOURT, J. (1950): *La Propagande, Nouvelle Force Politique*. Paris, Armand Colin.
- DURANDIN, Guy (1983): *La mentira en la propaganda política y en la publicidad*. Barcelona, Paidós Ibérica.
- ELLUL, Jacques (1963): *Propagandes*. Paris, Armand Colin.
- ELLUL, Jacques (1967): *Histoire de la Propagande*. Paris, PUF.
- FENWICK, Aloisius, y LEZAMA, Hugo Ezequiel (1964): *Teoría de la Persuasión*. Buenos Aires, Troquel.
- FERRER, Eulalio (1966): *El Lenguaje de la Publicidad en México*. México, EUFESA.
- FERRER, Eulalio (1975): *Por el ancho mundo de la propaganda política*. México, EUFESA.
- FERRER, Eulalio (1995): *De la lucha de clases a la lucha de frases*. México, Taurus.
- FERRER, Eulalio (1974): *Comunicación y Opinión Pública*. México, B. Costa-Amic Editor.
- FERRER, Eulalio (1982): *Comunicación y Comunicología*. México, EUFESA.
- FERRER, Eulalio (1980): *La publicidad: textos y contextos*. México, Trillas.

- FERRER, Eulalio (1997): *Información y Comunicación*. México, FCE.
- FONTANIER, Pierre (1988): *Les Figures du Discours*. Paris, Flammarion.
- GARCÍA BEAUDOUX, Virginia, D'ADAMO, Orlando, y SLAVINSKY, Gabriel (2005): *Comunicación política y campañas electorales*. Barcelona, Gedisa.
- GHIGLIONE, R. (1989): *Je vous ai compris, ou l'analyse du discours politique*. Paris, Armand Colin.
- GIROUD, Françoise (1977): *La Comédie du Pouvoir*. Paris, Fayard.
- GOEBBELS, Joseph (1979): *Diario*. Barcelona, Plaza & Janés editores.
- GONZÁLEZ BEDOYA, Jesús (1990): *Tratado Histórico de Retórica Filosófica*. Madrid, Nájera.
- GRACIÁN, Baltasar (1986): *Oráculo Manual y Arte de Prudencia*. Barcelona, Plaza & Janés.
- GRACIÁN, Baltasar (1986): *El Héroe*. Barcelona, Plaza & Janés.
- GRACIÁN, Baltasar (1986): *El Político*. Barcelona, Plaza & Janés.
- GRACIÁN, Baltasar (1986): *El Discreto*. Barcelona, Plaza & Janés.
- GRACIÁN, Baltasar (1987): *Agudeza y Arte de Ingenio. I y II*. Madrid, Castalia.
- GREEN, Mark, y MCCOLL, Gail (1986): *Ronald Reagan, El Rey del Error*. Madrid, Fundamentos.
- GREIMAS, A. J., y COURTÉS, J. (1982): *Semiótica*. Madrid, Gredos.
- GUBERN, R. (1976): "Poder y Miseria de la Retórica Publicitaria". Prólogo a PIGNOTTI, Lamberto (1976): *La supernada. Ideología y lenguaje de la publicidad*. Valencia, Fernando Torres editor.
- HITLER, Adolf (1979): *Mi Lucha*. México, Época.
- HIRSCHMAN, Albert, O. (1994): *Retóricas de la Intransigencia*. México, FCE.
- HUICI MODENES, Adrián (1997): *Estrategias de la Persuasión. Mitos y Propaganda Política*. Sevilla, Alfar.
- JOULE, R. V., y BEAUVOIS, J. L. (1987): *Petit Traité de Manipulation à l'Usage des Honnêtes Gens*. Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.
- KAPFERER, Jean-Noël (1978): *Les Chemins de la Persuasion. Le Mode d'influence des Média et de la Publicité sur les Comportements*. Paris, Gauthier-Villars.
- KATZ, Jerrold J. (1975): *La Realidad Subyacente del Lenguaje y su Valor Filosófico*. Madrid, Alianza.
- KENNEDY, George (1963): *The Art of Persuasion in Greece*. Princeton University Press.
- KERBRAT-ORECCHIONI, Catherine (1986): *L'Implicite*. Paris, Armand Colin.
- KLEMPERER, Victor (1996): *LTI, La Langue du IIIe Reich. Carnet d'un Philologue*. Paris, Albin Michel.
- KOYRE, Alexandre (1947): *Épiménide le menteur*. Paris, Hermann.
- KRIPKE, Saul A. (1996): *Règles et Langage Privé. Introduction au Paradoxe de Wittgenstein*. Paris, Seuil.
- KRISTEVA, Julia (1978): *Semiótica 1*. Madrid, Espiral-Fundamentos.
- KRISTEVA, Julia (1978): *Semiótica 2*. Madrid, Espiral-Fundamentos.
- LACLAU, Ernesto (1978): *Política e Ideología en la teoría marxista. Capitalismo, fascismo, populismo*. Madrid, Siglo XXI.
- LACLAU, Ernesto (2004): "Es el momento en que el juego se rompe en el que la política empieza", (Entrevista a Ernesto Laclau), *Revistateína*, nº 05, julio-agosto-septiembre de 2004. En: <http://www.revistateina.com/teina/web/teina5/dos7.htm>, 25/08/2006.
- LACLAU, Ernesto (2006): "Debate entre Ernesto Laclau y Jorge Alemán: ¿Por qué los significantes vacíos son importantes para la política?". En: <http://www.wapol.org/es/debates/debates/.asp?debates/laclau-aleman.html>, 26/08/2006.
- LACLAU, Ernesto (2006): "Estamos viviendo en un imperio sin fronteras". Ernesto Laclau, sobre progresismo y globalización. En: http://www.rodolfowalsh.org/article.php3?id_article=81, 29/08/2006.

- LACLAU, Ernesto (2006): "Juego de (v)ida y vuelta". En:
<http://www.revistatina.com/teina/web/teina5/dos9.htm>, 29/08/2006.
- LACLAU, Ernesto (2006): "El análisis político del discurso: entre la teoría de la hegemonía y la retórica". Entrevista a Ernesto Laclau. En:
http://www.designisfels.net/designis2_6.htm, 30/08/2006.
- LASSWELL, Harold (1935): "The Study and Practice of Propaganda", en LASSWELL, H., CASEY, Ralph y SMITH, Bouce L. (1935): *Propaganda and Promotional Activities, an Annotated Bibliography*. Oxford University Press.
- LASSWELL, Harold, LEITES, N., and et. al. (1949): *Language of Politics. Studies in Quantitative Semantics*. New York, Stewart.
- LAUFER, R., y PARADEISE, C. (1982): *Le Prince Bureaucrate*. Paris, Flammarion.
- LEECH, Geoffrey (1977): *Semántica*. Madrid, Alianza.
- LEECH, Geoffrey (1970): "Linguistics and the figures or Rhetoric", en FOWLER, Roger (1970): *Style in Language*. London, Roger Fowler ed.
- LEÓN, José Luis (1989): *Persuasión de Masas. Psicología y Efectos de las Comunicaciones Sociopolíticas y Comerciales*. Bilbao, Deusto.
- LERBINGER, Otto (1979): *Diseños para una Comunicación Persuasiva*. México, El Manual Moderno.
- LIPPMANN, Walter (2003): *La opinión pública*. Madrid, Ed. Cuadernos de Langre.
- LOCKE, John, México (1956): *Ensayo sobre el Entendimiento Humano*. Madrid, Fondo de Cultura Económica.
- MAZARIN, Jules (1996): *Bréviaire des Politiciens*. Évreux, Arléa.
- NEIRA, Jesús, y BAONZA, Javier (1993): "Análisis del discurso de Felipe González", en *Revista Veintiuno*, verano de 1993, pp. 55-72.
- OGDEN, C. K., y RICHARDS, I. A. (1964): *El Significado del Significado*. Buenos Aires, Paidós.
- OLÉRON, P. (1983): *L`Argumentation*. Paris, Presses Universitaires de France.
- ORWELL, George (1983): *1984*. Barcelona, Destino.
- PERELMAN, Ch., y OLBRECHTS-TYTECA, L. (1989): *Tratado de la Argumentación. La Nueva Retórica*. Madrid, Gredos.
- PERELMAN, Chaïm (1977 y 2000): *L`Empire Rhétorique. Rhétorique et argumentation*. Paris, Vrin.
- PERELMAN, Chaïm (1970): *Le champ de l`argumentation*. Bruxelles, Editions de l'Université de Bruxelles.
- PÉREZ GARCÍA, David (2003): *Técnicas de Comunicación Política. El lenguaje de los partidos*. Madrid, Tecnos.
- PIGNOTTI, Lamberto (1976): *La supernada. Ideología y lenguaje de la publicidad*. Valencia, Fernando Torres editor.
- PIQUE, Kenneth L. (1971): *Language in Relation to a Unified Theory of the Structure of Human Behavior*. Mouton, La Yaha.
- PLATON (1982): *Gorgias, o de la Retórica*. Madrid, Espasa-Calpe.
- PLATON (1979): *La República o el Estado*. Madrid, Espasa-Calpe.
- PLATON (1970): *El Sofista*. Madrid, Instituto de Estudios Políticos.
- PRATKANIS, A., y ARONSON, E. (1994): *La Era de la Propaganda. Uso y Abuso de la Persuasión*. Barcelona, Paidós.
- PROSS, Harry (1980): *Estructura Simbólica del Poder*. Barcelona, Gustavo Gili.
- PROSS, Harry (1983): *La Violencia de los Símbolos Sociales*. Barcelona, Anthropos.
- REARDON, Kathleen K. (1983): *La Persuasión en la Comunicación. Teoría y Contexto*. Barcelona, Paidós Ibérica.

- REBOLLO, M.A. (1978): *Lenguaje y Política*. Valencia, Fernando Torres Editor.
- REBOUL, Olivier (1975): *Le Slogan*. Bruxelles, Editions Complexe. (En español: *El Poder del Eslogan*. Valencia, Fernando Torres Editor)
- REBOUL, Olivier (1984): *La Rhétorique*. Paris, Presses Universitaires de France.
- RENAU, Josep (1976): *Función Social del Cartel*. Valencia, Fernando Torres Editor.
- REVEL, Jean-François (1988): *El Conocimiento inútil*. Barcelona, Planeta.
- REVEL, Jean-François (1997): *Mémoires. Le Voleur dans la Maison Vide*. Paris, Plon.
- REY, Alain (1996): *Le Réveille-Mots. Une saison d`election*. Paris, Seuil.
- ROMO FEITO, Fernando (1995): *Retórica de la Paradoja*. Barcelona, Octaedro.
- ROSSI-LANDI, F. (1972): *Semiótica e Ideología*. Milano, Bompiani.
- ROSSI-LANDI, F. (1974): *Semiótica y Práxis*. La Habana, Casa de las Américas.
- ROSSI-LANDI, F. (1975): *El Lenguaje como Trabajo y como Comercio*. Buenos Aires, Rodolfo Alonso Editor.
- SAPIR, Edward (1981): *El Lenguaje*. Madrid, Fondo de Cultura Económica.
- SPANG, Kurt (1991): *Fundamentos de Retórica Literaria y Publicitaria*. Pamplona, Universidad de Navarra.
- SCHOPENHAUER, Arthur (2004): *El arte de tener razón*. Madrid, Alianza Editorial.
- TCHAKHOTINE, Serge (1952): *Le Viol des Foules par la Propagande Politique*. Paris, Gallimard.
- URBAN, Wilbur Marshall (1979): *Lenguaje y Realidad*. México, FCE.
- VÁZQUEZ, Ignacio, y ALDEA, Santiago (1991): *Estrategia y Manipulación del Lenguaje. Análisis pragmático del discurso publicpropagandístico*. Zaragoza, Universidad de Zaragoza.
- VERON, Eliseo (1967): "Ideología y Comunicación de Masas: la semantización de la violencia política", en VERÓN, Eliseo, y otros (1967): *Lenguaje y Comunicación Social*. Buenos Aires, Nueva Visión.
- VV.AA. (1987): *El Lenguaje Político*. Madrid, Fundación Friedrich Ebert.
- WATZLAWICK, Paul y otros (1988): *La Realidad Inventada*. Barcelona, Gedisa.
- WATZLAWICK, Paul (2003): *¿Es Real la Realidad?*. Barcelona, Herder.
- WATZLAWICK, Paul (1980): *Le Langage du Changemen*. Paris, Seuil (En español: *El Lenguaje del Cambio*. Barcelona, Herder, 1982)
- WATZLAWICK, Paul (1991): *Les Cheveux du Baron de Münchhausen*. Paris, Seuil.
- WITTGENSTEIN, Ludwig (1988): *Investigaciones Filosóficas*. Barcelona, Crítica.
- WITTGENSTEIN, Ludwig (1996): *Le Cahier Bleu et le Cahier Brun*. Paris, Gallimard. (En español: *Los Cuadernos Azul y Marrón*. Madrid, Tecnos, 1968.)
- WITTGENSTEIN, Ludwig (1979): *Tractatus Logico-Philosophicus*. Madrid, Alianza.
- WITTGENSTEIN, Ludwig (1982): *Diario Filosófico*. Barcelona, Ariel.
- WOODROW, Alain (1996): *Les médias, Quatrième pouvoir ou cinquième colonne?*. Pris, Éditions du Félin.

3. Sobre izquierdas y derechas:

- ALONSO-CASTRILLO, Silvia (1997): *La Apuesta del Centro. Historia de la UCD*. Madrid, Alianza.
- ANDERSON, P., (1995): "Neoliberalismo. Balance y perspectivas desde la izquierda". En: *Viento Sur*, nº 26, Madrid, 1995.
- BOBBIO, Norberto (1995): *Derecha e Izquierda*. Madrid, Taurus.
- BREITENSTEIN, Jacques (1997): "L'Extreme droite en ses habits populistes. Offensive sociale du Front national", en *Le Monde Diplomatique*, n.o 516, marzo de 1997.
- BUENO, Gustavo (2001): "En torno al concepto de 'izquierda política'". En: *El Basilisco*. Oviedo, nº 29, 2001, 3-28. En: <http://www.filosofia.irg/rev/bas/bas/22901.htm>.

- BUENO, Gustavo (2003): *El mito de la izquierda. Las izquierdas y la derecha*. Barcelona. Ediciones B.
- BOBBIO, Norberto (1995): *Derecha e izquierda. Razones y significados de una distinción política*. Madrid, Taurus.
- DORNBUSH, R., y EDWARDS, S. (1991): *Macroeconomics of Populism in Latin America*. Chicago, Chicago University Press.
- GAUCHET, Marcel (1990): *La Droite et la Gauche*. Paris, Gallimard.
- GIDDENS, Anthony (1996): *Más allá de la izquierda y la derecha. El futuro de las políticas radicales*. Madrid, Cátedra.
- HABERMAS, Jürgen (1991): *La necesidad de revisión de la izquierda*. Madrid, Tecnos.
- KAZIN, Michael, (1995): *The Populist Persuasion: An American History*. New York, Basic Books; Ithaca: Cornell University Press (1988).
- LACLAU, Ernesto (2006): "Estamos viviendo en un imperio sin fronteras" (Entrevista a E. Laclau), en: http://www.rodolfowalsh.org/article.php3?id_article=81,29/09/2006.
- LANZMANN, Claude (1971): *El hombre de izquierdas*. Buenos Aires, La Pléyade.
- MADIRAN, Jean (1981): *La derecha y la izquierda*. Buenos Aires, Ictikon.
- PANIZZA, Francisco (2006): "La Marea Rosa. Análise de Conjuntura". En: *OPSA*, nº 8, agosto de 2006. Observatorio Político Sul-Americano. Instituto Universitario de Pesquisas do Rio de Janeiro IUPERJ/UCAM.
- PANIZZA, Francisco (2005): "Unarmed Utopia Revisited: The Resurgence of Left-of-Centre Politics in Latin America", en *Political Studies*, 53, 4, 716-734. 2005.
- TIERNO GALVÁN, Enrique (1976): *Qué son las izquierdas*. Barcelona, La Gaya Ciencia.
- SÁNCHEZ DE LAS BROZAS, EL BROCENSE, Francisco (1984): *Ars Dicendi*, (edición de E. Sánchez Salor), en *Obras I. Escritos Retóricos*, Institución Cultural «El Brocense», Diputación Provincial de Cáceres.
- SANCHEZ CORRAL, Luis (1991): *Retórica y Sintaxis de la Publicidad. Itinerarios de la Persuasión*. Córdoba, Universidad de Córdoba.
- TÁCITO, Cornelio (1988): *Diálogo sobre los Oradores*. Madrid, Gredos.
- 4. Sobre la democracia:**
- ARBLASTER, Anthony (1992): *Democracia*. Madrid, Alianza.
- ARBOS, Xavier, y GINER, Salvador (1993): *La Gobernabilidad*. Barcelona, Siglo Veintiuno de España.
- BAUMAN, Zygmunt (1991): *Libertad*. Madrid, Alianza.
- BOBBIO, Norberto (1991): *El Tiempo de los Derechos*. Madrid, Editorial Sistema.
- BUCHANAN, James M., y TULLOCK, Gordon (1979): *El Cálculo del Consenso. Fundamentos Lógicos de una Democracia Constitucional*. Madrid, Espasa-Calpe.
- BURDEAU, Georges (1956): *La Démocratie*. Bruxelles, Éditions de la Baconnière.
- BURDEAU, Georges (1979): *La Politique aux Pays des Merveilles*. Paris, Bruxelles, Éditions du Seuil.
- CROUCH, Colin (2004): *Posdemocracia*. Madrid, Taurus.
- CROUCH, Colin (2004): "Los partidos políticos de la posdemocracia". En. *Claves de la Razón Práctica*, 2004, 36-42.
- DAHL, Robert A. (1974): *La Poliarquía. Del Autoritarismo a la Democracia*. Madrid, Guadiana.
- DAHL, Robert A. (1992): *La Democracia y sus Críticos*. Barcelona, Paidós.
- DAHL, Robert A. (1985): *Análisis Político Actual*. Buenos Aires, Eudeba.
- DAHL, Robert A. (1987): *Un Prefacio a la Teoría Democrática*. México, Guernika.
- DAHL, Robert A. (1989): *La Poliarquía. Participación y Oposición*. Madrid, Tecnos.

- DAHL, Robert A. (1994): *¿Después de la Revolución?. La autoridad en las sociedades evanzadas*. Barcelona, Gedisa.
- DAHL, Robert A. (1993): "Democracia en el Reino de los Guardianes. Entrevista con Robert Dahl", en BOSETTI, Giancarlo, *Debats*, nº 43/44, Valencia, marzo/junio de 1993.
- DAHRENDORF, R., FURET, F., y GEREMEK, B. (1993): *La Democracia en Europa* (edición de Lucio Caracciolo). Madrid, Alianza.
- DUNN, John (1995): *Democracia. El viaje inacabado (508 a.C. – 1993 d.C.)*. Barcelona, Tusquets.
- GHEHENNO, Jean-Marie (1995): *La fin de la démocratie*. Paris, Flammarion.
- GHEHENNO, Jean-Marie (1993): *El fin de la democracia. La crisis política y las nuevas reglas del juego*. Barcelona, Paidós.
- LASCH, Christopher (1996): *La Rebelión de las Elites y la Tradición de la Democracia*. Barcelona, Paidós Ibérica.
- LEFORT, Claude (1981): *L`Invention Démocratique. Les limites de la domination totalitaire*. Paris, Fayard.
- LORENZANA, C. (ed., 2002): *Tomamos la palabra. Experiencias de ciudadanía participativa*. Madrid, Icaria/ACSUR.
- MINC, Alain (1995): *L`Ivresse Democratique*. Paris, Gallimard.
- MUÑOZ ALONSO, A., y ROSPIR, J. I. (dirs., 1999): *Democracia Mediática y Campañas Electorales*. Barcelona, Ariel.
- PANIZZA, Francisco (2000): "Beyond delegative democracy. Old politics and new economics in Latin America". En: *Journal of Latin American Studies*, 32, 3.
- PANIZZA, Francisco (2000): "La Marea Rosa. Análise de Conjuntura". En: *OPSA*, nº 8, agosto de 2006. Observatorio Político Sul-Americano. Instituto Universitario de Pesquisas do Rio de Janeiro IUPERJ/UCAM.
- REY MORATÓ, Javier del (1996): *Democracia y Posmodernidad*. Madrid, Editorial Universidad Complutense.
- SANPEDRO BLANCO, Víctor (2000): *Opinión Pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*. Madrid, Ediciones Istmo.
- SARTORI, Giovanni (1988): *Teoría de la Democracia, 1. El Debate Contemporáneo*. Madrid, Alianza. *Teoría de la Democracia, 2. Los Problemas Clásicos*. Madrid, Alianza.
- SARTORI, Giovanni (1992): *Elementos de Teoría Política*. Madrid, Alianza.
- SARTORI, Giovanni (1992): *Partidos y Sistemas de Partidos*. Madrid, Alianza.
- SARTORI, Giovanni (1993): *La Democracia después del Comunismo*. Madrid, Alianza.
- SARTORI, Giovanni (2005): *Videopolítica, medios, información y democracia de sondeo*. México, Fondo de Cultura Económica.
- SÉGUÉLA, Jacques (2000): *Le Vertige des Urnes*. Paris, Flammarion.
- SCHILLER, Dan (1999): *Digital Capitalism*. Cambridge, MA. MIT Press.
- TOURAINÉ, Alain (1994): *¿Qué es la Democracia?*. Madrid, Temas de Hoy.
- TOURAINÉ, Alain (1997): *Pourrons Nous Vivre Ensemble? Égaux et Différents*. Paris, Fayard.
- TULLOCK, Gordon (1979): *Los Motivos del Voto*. Madrid, Espasa-Calpe.
- 5. Sobre populismo latinoamericano:**
- ALONSO BARAHONA, Fernando (2003): *Perón o El Espíritu del Pueblo*. Madrid, Criterio Libros.
- BUENO SÁNCHEZ, Gustavo (2006): "Venezuela y Chávez, la constitución y el crucifijo". En: *El Catoblepas*, nº 3, mayo 2002. En: <http://www.nodulo.org/ec/2002/n003p10.htm>, 24/08/2006.
- CANOVAN, Margaret (1981): *Populism. Junction*. London, Books.

- CANSINO, César, y COVARRUBIAS, Israel (2006): *En el nombre del pueblo. Muerte y resurrección del populismo en México*. Xalapa, México, Centro de Estudios de Política Comparada y Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.
- D'ARINO ARINGOLI, Guillermo (2006): *La Propaganda Peronista (1943-1955)*. Buenos Aires, Editorial Maipué.
- DE IPOLA, Emilio (1983): *Ideología y discurso populista*. Buenos Aires, Folios.
- DI TELLA, Torcuato (1965): "Populism and reform in Latin American", en VELIZ, C. (comp.): *Obstacles to change in Latin American*, 47-74. Oxford, Oxford University Press.
- GERMANI, Gino (1965): *Política y sociedad en una época de transición*. Buenos Aires, Paidós.
- GERMANI, Gino (2003): *Autoritarismo, fascismo y populismo nacional*. Buenos Aires, Temas.
- GOLDMAN, Noemí (2005): *Caudillismos rioplatenses. Nuevas miradas a un viejo problema*. Buenos Aires, EUDEBA.
- IONESCU, Ghita, y GELLNER, Ernest (comps., 1970): *Populismo, sus significados y características nacionales*. Buenos Aires, Amorrortu Editores.
- LACLAU, Ernesto (1977): "Towards a Theory of Populism". En: *Politics and Ideology in Marxist theory. Capitalims-Fascism-Populism*, 143-198. London, New Left Reviews Editions.
- LACLAU, Ernesto (2005): *La razón populista*. México, Fondo de Cultura Económica.
- LACLAU, Ernesto (2005): "Populims: What 's in a Name?". En. PANIZZA, Francisco (Editor, 2005): *Populism and the Mirror of Democracy*, 32-49. London, Verso Books.
- MACKINNON, M. M., y PETRONE. M. A. (comps., 1999): *Populismo y Neopopulismo en América Latina*. Buenos Aires, Eudeba.
- PANIZZA, Francisco (2005): *Populism and the Mirror od Democracy* (Editor). London, Verso Books.
- PANIZZA, Francisco (2006): "Francisco Panizza: `Volvió a la región el populismo clásico" (Entrevista). En: *La Nación*, (Buenos Aires), 25 de junio de 2006.
- PASQUINO, Gianfranco (1979): "Populismo", en CARMAGNANI, Florencia (1979): *Il Mondo Contemporaneo. Vol VI: Storia dell `America Latina*. Florencia, La Nuova Italia.
- PÉREZ-DÍAZ, Víctor (2005): *Sueño y Razón de América Latina*. Madrid, Taurus.
- PERÓN, Juan Domingo (1974): *Conducción Política*. Buenos Aires, Secretaría Política de la Presidencia de la Nación.
- REY MORATÓ, Javier del (2007): "El Populismo Latinoamericano". En: *Comunicación Política, Internet y Campañas Electorales. De la Teledemocracia a la Ciberdemocr@cia*. Madrid, Tecnos.
- TRINDADE, Helgio (1989): "Partidos políticos y transición democrática: el populismo y el antipopulismo en la política del Brasil". En MEYER y REYNA (comps., 1989): *Los Sistemas Políticos en América Latina*. México, Siglo XXI Editores.
- ZEWLIC, Raúl (2004): *Más allá de Chávez*. Caracas, Editorial Virus Crónica.
- 6. Sobre las elecciones mexicanas de 2006:**
- ARREOLA, Federico (2006): *La lucha de la gente contra el poder del dinero*. México, Nuevo Siglo Aguilar.
- ARISTEGUI, Carmen (2006): *Uno de dos. 2006: México en la encrucijada*. México, Grijalbo.
- BUCIO, Marco, y GUTIÉRREZ, Jaime (2005): *Dos visiones para el triunfo. Diferencias estratégicas en dos campañas electorales: Vicente Fox, Francisco Labastida*. México, Miguel Ángel Porrúa.
- CANSINO, César, y COVARRUBIAS, Israel (2006): *En el nombre del pueblo. Muerte y resurrección del populismo en México*. Xalapa, México, Centro de Estudios de Política Comparada y Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.
- CARLYLE, Thomas (1984): *Los Héroes. De su culto y de lo heroico en la Historia*. Barcelona, Editorial Iberia.

- CASSIRER, Ernst (1974): *El Mito del Estado*. México, Fondo de Cultura Económica.
- CÓRDOVA, Lorenzo, y MURAYA, Ciro (2006): *Elecciones, dinero y corrupción. Pemexgate y Amigos de Fox*. México, Editorial Cal y Arena.
- GARRIDO, Felipe (2006): *Compartir el Poder*. México, Editorial Océano.
- HERAS, María de las (2006): *Por quién vamos a votar y por qué. Guía práctica para comprender las elecciones*. México, Nuevo Siglo Aguilar.
- LAJOUS, Alejandra (2006): *AMLO, entre la atracción y el temor*. México, Océano.
- LORET DE MOLA, Rafael (2006): *Escenarios*. México, Océano.
- MEYER, Lorenzo (2005): *El Estado en busca del ciudadano. Un ensayo sobre el proceso político mexicano contemporáneo*. México, Océano.
- REYES HEROLES, Federico (2006): *Entre las bestias y los dioses*. México, Océano.
- WOLDENBERG, José (2006): *Después de la Transición*. México, Editorial Cal y Arena.

7. Sobre marketing político:

- ALACOP - VV. AA. (2000): *El Arte de Ganar Elecciones: una guía práctica de comunicación política moderna*. México, Asociación Latinoamericana de Consultores Políticos-ALACOP.
- BARRANCO SAIZ, Francisco Javier (1982): *Técnicas de Marketing Político*. Madrid, Pirámide.
- DAVID, D., QUINTRIC, J. M. y SCHROEDER, H. Ch. (1978): *Le Marketing Politique*. Paris, Presses Universitaires de France.
- ELGARRETA, Mario (1994): *Campañas electorales: conocimientos prácticos*. Quito, Fundación Jacinto Jijón y Caamaño.
- FERNÁNDEZ COLLADO, C. (2000): *Marketing Electoral e imagen del gobierno en funciones*. México, McGraw Hill.
- KUNTZ, Ronald A. (1996): *Marketing político: manual de campanha eleitoral*. Sao Paulo, Global.
- LUQUE, Teodoro (1996): *Marketing Político. Un análisis del Intercambio Político*. Barcelona, Ariel.
- MAAREK, Philippe J.(1997): *Marketing Político y Comunicación. Claves para una buena información política*. Barcelona, Paidós.
- MANHANELLI, Carlos Augusto (1998): *Estratégias eleitorais*. Sao Paulo, Summus.
- MANHANELLI, Carlos Augusto (1992): *Eleição e guerra: marketing para campanhas eleitorais*. Sao Paulo, Summus.
- MARTÍN SALGADO, L. (2002): *Marketing político*. Barcelona, Paidós.
- MACGINNIS, Joe (1970): *Comment on «vend» un Président*. Paris, Arthaud. (Edición española: *Cómo se vende un Presidente*. Barcelona, Península, 1970).
- MEYERS, William (1987): *Los Creadores de Imagen*. Barcelona, Planeta.
- MORRIS, Charles (1974): *La Significación y lo Significativo*. Madrid, Alberto Corazón editor.
- MORRIS, Charles (1962): *Signos, Lenguaje y Conducta*. Buenos Aires, Losada.
- MUNIZAGA, Giselle (1988): *El Discurso Público de Pinochet. Un Análisis Semiológico*. Santiago de Chile, CESOC/CENECA.
- VOGUET, Emmanuel (2000): *PoliticaRT: Abécédaire des secrets de la communication politique*. Paris, Presses Universitaires de France (PUF)
- ORTIZ CABEZA, Francisco (1983): *Guía de Marketing Político. Cómo actuar para llegar y mantenerse líder*. Madrid, Ediciones ESIC.
- PHILIPPE, M (1997): *Marketing político y comunicación*. Barcelona, Paidós.
- PRIESS, Franc, y TUESTA SOLDEVILLA, Fernando (eds., 1999): *Campañas electorales y medios de*

comunicación en América Latina. Tomos I y II. Buenos Aires, CIEDLA.

- RIES, AI, y TROUT, Jack (1993): *Las 22 Leyes del Marketing*. Madrid, McGraw-Hill/Interamericana de España.
- RIES, AI, y TROUT, Jack (1993): - *Marketing de Guerra*. Madrid, McGraw-Hill/Interamericana de España.
- DUDELLI, Ricardo (1995): *Tecniche di champagne elettorali*. Milano, M&b.
- STAPLETON, John (1973): *Cómo se prepara un plan de marketing*. Salamanca, Anaya.
- STOETZEL, J., y GIRARD, A. (1973): *Las Encuestas de Opinión Pública*. Madrid, CIS.
- THOMSON, Oliver (1977): *Mass Persuasion in History: A Historical Analysis of the Development of Propaganda Techniques*. Edimburgo, Paul Harris Publishing.
- WINCKLER, Lutz (1979): *La Función Social del Lenguaje Fascista*. Barcelona, Ariel.

8. Sobre Internet en las campañas electorales y en la política:

- ADASZCO, D. (1998): "Redefinición de las esferas pública y privada a partir de la ampliación del uso de Internet", en CAFASSI, E. (comp., 1998): *Internet, política y comunicación*. Buenos Aires, Biblos.
- ANDERSON, David M., y CORNFIELD, Michael (Eds., 2003): *The Civic Web. Online Politics and Democratic Values*. Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- BALAGUER, Roberto (2003): *Internet, un nuevo espacio psicosocial*. Montevideo, Trilce.
- BATTELLE, John (2005): *Te Search: How Google and its rivalr rewrote the rules of business and transformed our culture*. New York, Penguin Group.. (En español: *Buscar*. Editorial Tendencias, 2006)
- BERA, Michel y MÉCHOULAN, Eric (1999): *La Machine Internet*. Paris., Odile Jacob.
- BETTINI, H., y COLOMBO, F. (1996): *Las nuevas tecnologías de la comunicación*. Buenos Aires, Paidós.
- BIMBER, Bruce A., y DAVIS, Richard (2003): *Campaigning Online: The Internet in US Elections*. New York, Oxford University Press.
- CASTELLS, Manuel (2001): *La Galaxia Internet. Reflexiones sobre Internet, empresa y sociedad*. Barcelona, Plaza & Janés Editores
- CASTELLS, Manuel (1997): *La era de la información*. Madrid, Alianza.
- CORNFIELD, Michael (2004): *Politics Moves Online: Campaign and the Internet*. USA, Century Foundation Press.
- FINKIELKRAUT, Alain, y SORIANO, Paul (2006): *Internet, el éxtasis inquietante*. Buenos Aires, Editorial Libros del Zorzal.
- SERFATY, Viviane(2002): *L´Internet en politique des Etats-Unis à l´Europe*. Strasbourg. Presses Universitaires de Strasbourg.
- TRIPPI, Joe (2004): *Democracy, The Internet and The Overthrou of Everything*. USA, Regan Boogs.
- PISCITELLI, A. (2005): *Internet. La imprenta del siglo XX*. Barcelona, Gedisa.
- SHANE, Peter (Editor, 2004): *Democracy Online. The Prospects for Political Renewal Through the Internet*. USA, Taylor & Francis, Inc.
- SHERMAN, Chris, y PRICE, Gary (2001): *The Invisible Web*. Medford, NJ, CyberAge Books.
- WOLTON, Dominique (2000): *Internet, y ¿después?*. Barcelona, Gedisa.

9. Otra bibliografía:

- ALMOND, G.A., y POWELL, G.B. (1972): *Política Comparada. Una Concepción Evolutiva*. Buenos Aires, Paidós.
- ÁLVAREZ, Tomás, CABALLERO, Mercedes (1997): *Vendedores de Imagen: los retos de los nuevos gabinetes de comunicación*. Barcelona, Paidós.
- ANCELOVICI, Marcos, y DUPUIS-DÉRI, Francis (1997): *L´Archipel Identitaire*, ed. du Boreal Montréal (Canadá).

- ARCEO, VACAS, J.L., (coord., 2007), y otros: *Debates Electorales Televisados. El caso de Madrid, 2003*. La Coruña, Netbiblo.
- AZORÍN (1957): *El Político*. Madrid, Espasa-Calpe.
- BADIOU, Alain (1985): *Peut-on-penser la Politique.*, Paris, Seuil.
- BOBBIO, Norberto (1991): *El Tiempo de los Derechos*. Madrid, Ed. Sistema.
- BOSSI, Umberto (1995): *Tutta la Verità. Perché ho partecipato al Governo Berlusconi. Perché l'ho fatto cadere. Dovè voglio arrivare*. Milano, Sperling & Kupfer.
- CALLOIS, Roger (1961): *Man, Play and Games*. Glencoe, Free Press.
- CALVEZ, Jean-Yves (1995): *Politique*. Paris, Aubier.
- CAMUS, Albert (1978): *Moral y Política*. Madrid, Alianza.
- CASTILLO, Pilar (comp., 1994): *Comportamiento Político y Electoral*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS).
- COLOMER, Josep Maria (1990): *El Arte de la manipulación política: votaciones y teoría de juegos en la política española*. Barcelona, Anagrama.
- COSTA BONINO, Luis (1994): *Manual de Marketing Político*. Montevideo, Fin de Siglo.
- ESPADA, Arcadi (1997): *Contra Catalunya*. Barcelona, Flor del Viento.
- FERGUSON, Thomas (1995): *The Golden Rule. The Logic of Money-driven Politics*, Chicago, University Chicago Press.
- FERRÉS, Joan (1996): *Televisión Subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas*. Barcelona, Paidós Ibérica.
- FERRY, Jean-Marc, WOLTON, Dominique, y otros (1992): *El Nuevo Espacio Público*, Barcelona, Gedisa.
- GARRIGOU, Alain (1993): *Le Vote et la Vertu*. Paris, Presses de la FNSP.
- GOFFMAN, Erving (1981): *La Presentación de la Persona en la Vida Cotidiana*. Buenos Aires, Amorrortu.
- HERRERA MICHEL, Víctor (2000): *Cómo ganar las elecciones. Manual práctico de marketing político y electoral*. Colombia, Editorial Mejoras.
- HOBBS, Thomas (1983): *Leviatán*. Madrid, Editora Nacional
- HUIZINGA, Jan, *Homo Ludens: A Study of the Play Element in Culture*, Routledge & Kegan Paul, Londres, 1959. (Trad. esp.: *Homo Ludens*, Alianza, Madrid, 1972.)
- HUME, David (1987): *Ensayos Políticos*. Madrid, Tecnos.
- LA BAUME, Renaud de, y Jean-Jérôme BERTOLUS (1995): *Les Nouveaux Maîtres du Monde*. Paris, Belfond.
- LABORDE, Génie (1987): *Influencer avec Intégrité*. Paris, InterÉditions.
- LE BON, Gustavo (1973): *Psicología de las Multitudes*. México, Divulgación.
- LOCKE, John (1983): *Ensayo sobre el Gobierno Civil*. Madrid, Aguilar.
- LOCKE, John (1985): *Carta sobre la Tolerancia*. Madrid, Tecnos.
- LUHMANN, Niklas (1981): "L' In vraisemblance de la Communication". En: *Revue Internationale des Sciences Sociales*, 1981, vol. XXXIII.
- LUHMANN, Niklas (1990): *Sociedad y Sistema: la ambición de una teoría*. Barcelona, Paidós Ibérica.
- LYOTARD, Jean-François (1984): *La Condición Postmoderna*. Madrid, Cátedra.
- MAIRET, Gérard (1993): *Les Grandes Oeuvres Politiques*. Paris, Librairie Générale Française.
- MAQUIAVELO, Nicolás (1978): *El Príncipe*. Madrid, EDAF.
- MAQUIAVELO, Nicolás (1987): *Discursos sobre la Primera Década de Tito Livio*. Madrid, Alianza.
- MARSILIO DE PADUA (1968): *Le Défenseur de la Paix*. Paris, Vrin.

- MONTMOLLIN, Germaine de (1977): *L`Influence Social*. Paris, Presses Universitaires de France.
- NEUMANN, John von, y MORGENSTERN, Oskar (1944): *Theory of Games and Economic Behaviour*. Princeton, New Jersey, Princeton University Press.
- NOGUERO I GRAU, Antoni (1982): *Relaciones Públicas e Industria de la Persuasión. Análisis Gnoseológico y Situacional*. Barcelona, EUNIBAR.
- OPPENHEIMER, Andrés (2006): *Cuentos Chinos. El engaño de Washington y la mentira populista en América Latina*. Barcelona, Random House Mondadori.
- ORTIZ CABEZA, Francisco (1983): *Guía de marketing político: cómo actuar para llegar y mantenerse líder*. Madrid, ESIC.
- PACKARD, Vance (1964): *Las Formas Ocultas de la Propaganda*, Buenos Aires, Editorial Sudamericana.
- PACKARD, Vance (1962): *Los Buscadores de Prestigio*. Buenos Aires, EUDEBA.
- PÉREZ-DÍAZ, Víctor (1996): *España puesta a prueba. 1976-1996*. Madrid, Alianza.
- PI Y MARGALL, Francisco (1936): *Las Nacionalidades*. Madrid, Librería Bergua.
- RANK, O. (1981): *El Mito del Nacimiento del Héroe*. Barcelona, Paidós Ibérica.
- RAPAPORT, Anatol (1960): *Fights, Games and Debates*. Ann Arbor, University of Michigan Press.
- RIESMAN, David (1968): *La Muchedumbre Solitaria*. Buenos Aires, Paidós.
- RONY, Jérôme-Antoine (1979): *La Magie*. Paris, Presses Universitaires de France.
- ROSZAK, Theodore (1968): *El Nacimiento de una Contracultura*. Barcelona, Kairós.
- ROUSTANG, François (1990): *Influence*. Paris, Les Editions de Minuit.
- SARMIENTO, Faustino Domingo, Facundo (1951): *Civilización y Barbarie*. Buenos Aires, Espasa-Calpe Argentina.
- SARTORI, Giovanni (1998): *Homo Videns: la sociedad teledirigida*. Madrid, Taurus.
- SAUVY, Alfred (1972): *Los Mitos de Nuestro Tiempo*. Barcelona, Labor.
- SWIFT, Jonathan (1992): *Sátiras Políticas*. Barcelona, Humanidades.
- SWIFT, Jonathan (1981): *Viajes de Gulliver*. Madrid, Espasa-Calpe.

Otra información relevante (metodología docente, organización, normativa, etc.):

El profesor hará una evaluación de los estudiantes basada en estos criterios:

- la asistencia a clase, y la participación activa;
- la lectura de textos seleccionada por el profesor;
- un trabajo de investigación, que deberá ajustarse a determinados patrones formales y de contenido.

El trabajo deberá ser entregado al profesor en la fecha que indique, y se podrá considerar la posibilidad de exponerlo en clase.

El trabajo deberá tener una extensión no inferior a los 20 folios ni superior a los 30 (no se cuentan los anexos si los hubiere). Se podrá desarrollar cualquier investigación que tenga que ver con alguna de las lecciones del curso, aplicando los conocimientos teóricos a casos prácticos: campañas electorales, matrices culturales y culturas políticas, comunicación política e imagen de candidatos, estrategias de comunicación, etc.

METODOLOGÍA DOCENTE

El profesor alterna las explicaciones teóricas y las clases prácticas, en un equilibrio dinámico, que depende no sólo de los asuntos tratados, sino de la inquietud manifestada por los estudiantes a lo largo del curso.

Las sesiones teóricas se ajustan –al menos, en principio- a la lección magistral, según un diseño tradicional, que responde a la necesidad del profesor de exponer asuntos complejos, que requieren, para su entendimiento, del concurso del estudiante: atención en clase, participación activa -que se manifiesta en preguntas-, y el complemento a la clase, que son las tutorías y los textos que proporciona el profesor, cuando lo considera conveniente.

En las sesiones prácticas se exponen diversos ejemplos de argumentos típicos de la erística electoral, y algunos debates electorales entre los candidatos, que los estudiantes analizan, con los recursos proporcionados en cada caso por el profesor.

Esas sesiones prácticas se apoyan en el soporte video, o en secuencias de transparencias informatizadas, tomados de distintas campañas electorales, en España y otros países. El uso del ordenador y del video ayuda a conseguir la inteligibilidad de la clase, y la participación del estudiante, que ve –con ejemplos- cómo se comportan los políticos en el contexto de una campaña electoral, y qué recursos persuasivos utilizan para conseguir la adhesión a su candidatura.

El profesor utiliza dos recursos tecnológicos:

- la conexión a Internet, que permite bajar un debate electoral –nacional, o de otro país, en el que hay una campaña electoral en curso-, o el acceso al banco de videos de emisoras de televisión del extranjero;
- el uso del correo electrónico, que supone una continuación de la clase, con un intercambio de textos y de opiniones muy fructífero para los estudiantes.

El uso de estas tecnologías permite un curso más atractivo, actual, dinámico e interactivo.

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN (TFM):

- Comunicación política, ciberpolítica y ciberdemocracia
- Contexto de conducta y significado de los mensajes
- Análisis fenomenológicos sobre cuestiones y procesos de la comunicación
- Análisis historiográficos sobre periodismo.