



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Técnicas de propaganda política

Asignatura	Técnicas de propaganda política			
Código	P04G190V01506			
Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas			
Descriptor	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Bastón Carballo, María Susana			
Profesorado				
Correo-e				
Web	<a href="http://http://csc.uvigo.es/profesorado/alberto-pena-rodriguez/">http://http://csc.uvigo.es/profesorado/alberto-pena-rodriguez/</a>			
Descripción general	La materia pretende que los estudiantes conozcan las técnicas de propaganda política más utilizadas por los diferentes emisores, prestando especial atención a los medios de comunicación y a los mensajes producidos para persuadir a las audiencias en diferentes contextos.			

## Competencias

Código	
A3	Que los estudiantes tengan la capacidad de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro de su área de estudio) para emitir juicios que incluyan una reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica o ética.
C2	Competencias socio-culturales: Conocimiento de los procesos sociopsicológicos que afectan al desarrollo de la comunicación en general, los específicos de la comunicación publicitaria y los propios de relaciones con los públicos
C4	Conocimiento teórico y práctico de las estructuras organizativas y de los procesos de la publicidad y de las relaciones públicas.
C8	Conocimiento de las perspectivas y metodologías de investigación de los agentes, entornos y procesos implicados en la comunicación y, específicamente, en la publicidad y las relaciones públicas.
C12	Destrezas analítico-sintéticas: capacidad y habilidad para establecer la estrategia, planificación y procesos propios de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas.
D3	Competencias colaborativas: capacidad de adaptación a los objetivos y valores organizacionales y de trabajo en equipo
D5	Competencias directivas: capacidad de asumir el liderazgo en proyectos, gestionándolos eficientemente y asumiendo compromisos de responsabilidad social

## Resultados de aprendizaje

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje	
Reconocer y analizar los diferentes elementos que componen el proceso de comunicación persuasiva de carácter político	A3	C2
Describir e interpretar el fenómeno de la propaganda política		C2 C8
Identificar y distinguir los diferentes modelos y formas de las técnicas de propaganda política		C4
Identificar y clasificar los diferentes estadios del proceso de comunicación propagandística, de acuerdo con las teorías aplicables		C4
Identificar y describir los diferentes actores públicos y personales que intervienen en la comunicación con intencionalidad política		C8
Interpretar y definir las diferentes técnicas que se aplican en distintos contextos de la comunicación política		C4
Identificar y adaptar las técnicas propagandísticas de las organizaciones		C12

Analizar y evaluar la comunicación estratégica de las organizaciones políticas	C4 C8	D3
Desarrollar actividades creativas de carácter persuasivo respetando la transparencia y los principios democráticos	C12	D5
Cooperar en el trabajo en equipo en las diferentes dimensiones del proceso de creación de campañas propagandísticas, respetando la pluralidad de opiniones y generando consenso	C12	D3
Demostrar una visión crítica de la comunicación propagandística		D3 D5
Asumir la máxima responsabilidad ética de acuerdo con las reglas del juego político en una sociedad democrática		D5

## Contenidos

### Tema

TEMA 1. Introducción a la propaganda política	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Definiciones del concepto de propaganda.</li> <li>- Significado y sentido de la propaganda política</li> <li>- Origen y evolución histórica.</li> <li>- Ethos, pathos y logos.</li> </ul>
TEMA 2. Tipología y modelos de propaganda	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Racional y emocional.</li> <li>- Agitación o integración.</li> <li>- Negra, blanca o gris.</li> <li>- Vertical u horizontal.</li> <li>- Religiosa, de guerra, política o social.</li> <li>- Subpropaganda, censura y desinformación.</li> </ul>
TEMA 3. Técnicas clásicas de la propaganda política	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Simplificación o enemigo único.</li> <li>- Contagio o unanimidad.</li> <li>- Orquestración.</li> <li>- Desfiguración o exageración.</li> <li>- Transfusión.</li> <li>- Contrapropaganda.</li> <li>- Técnicas de propaganda de guerra.</li> <li>- Manipulación mediática.</li> </ul>
TEMA 4. La escenificación mediática de la propaganda política.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Emotividad, racionalidad o miedo.</li> <li>- El debate televisivo.</li> <li>- El vídeo.</li> <li>- El mitin.</li> <li>- El cartel.</li> <li>- La figura della candidato/a.</li> </ul>
TEMA 5. Medios de propaganda contemporáneos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Relaciones Públicas y propaganda</li> <li>- El universo de internet.</li> <li>- Las redes digitales: Facebook, Twitter, Youtube, etc.</li> <li>- Publicidad institucional como propaganda</li> <li>- Móviles y ciudadanía digital.</li> </ul>
TEMA 6. Nuevas técnicas de propaganda	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El establecimiento de la agenda</li> <li>- El encuadre</li> <li>- El arte del relato</li> <li>- La posverdad y los bulos</li> <li>- Nuevos prescriptores: youtuberos, inspiradores, videojugadores,...</li> </ul>

## Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Presentación	3	6	9
Estudio de casos	6	18	24
Resolución de problemas	8	24	32
Seminario	8	16	24
Lección magistral	22	24	46
Examen de preguntas de desarrollo	2	10	12
Examen de preguntas objetivas	1	2	3

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

## Metodologías

	Descripción
Presentación	Los estudiantes deberán aprender a presentar sus trabajos de forma eficaz en público, presencialmente o por medio de aplicaciones y nuevas tecnologías
Estudio de casos	Es necesario el estudio de casos específicos, donde se observen las diferentes técnicas propagandísticas, para un mejor aprendizaje de los conocimientos teóricos.

Resolución de problemas	Tendrán carácter individual y grupal, y servirán para que los alumnos permitan demostrar y poner en práctica los conocimientos de la materia, analizando y profundizando en contenidos propagandísticos a través de distintos medios. Cada ejercicio, individual y/o grupal, será obligatorio y puntuable; y deberá aprobarse (5 sobre 10) para superar la parte práctica.
Seminario	Abordarán temas monográficos y servirán de pauta para el desarrollo de los ejercicios prácticos, de modo que puedan ser analizados de manera más profundizada en grupos reducidos
Lección magistral	Servirán para explicar los contenidos teóricos de la materia, pero permitirán la participación activa del alumno y serán complementadas con material audiovisual. Los conocimientos teóricos se evaluarán con una prueba tipo test y una pregunta a desarrollar.

### Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Seminario	Los estudiantes recibirán una atención personalizada y continua durante lo proceso de aprendizaje académico mediante un contacto directo con el profesor en las clases de seminario.
Presentación	El docente supervisará personalmente cada una de las presentaciones que los estudiantes tengan que realizar durante el semestre, orientando a los alumnos en su planificación y desarrollo.
Resolución de problemas	Los estudiantes recibirán durante el proceso de elaboración de sus trabajos una atención personalizada en función de las necesidades que se vayan encontrando en la búsqueda y análisis de la información y estructura de los trabajos.
Estudio de casos	El docente orientará a los alumnos para realizar diferentes ejercicios prácticos a lo largo del curso analizando casos de estudio que sirvan para detectar y conocer algunas de las técnicas expuestas en la materia.

### Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Presentación	A lo largo del curso los alumnos tendrán que realizar presentación presencial o virtual de sus trabajos, valorándose su contenido, la claridad, actitud y brillantez de sus exposiciones.	10	A3	C12	D3 D5
Estudio de casos	Los estudios propuestos, individuales o grupales, serán de carácter obligatorio y deben estar aprobados (5 sobre 10) para hacer media.	20	A3	C4 C8	D3 D5
Resolución de problemas	Se evaluarán todos los ejercicios realizados, de carácter individual o colectivo, y de forma independiente. Deberán entregarse en tiempo y forma (Faitic) y todos deben estar aprobados (5 sobre 10) para poder hacer media.	30	A3	C2 C4 C8 C12	D3 D5
Seminario	Asistencia, participación activa, continua y regular, así como el aprovechamiento del trabajo desarrollado y la aportación personal al grupo	10	A3	C2 C4 C8 C12	D3 D5
Examen de preguntas de desarrollo	Un tema a desarrollar, por oral o escrito, que además del contenido tendrá en cuenta la comprensión y claridad de las ideas, la precisión de la exposición y la aplicación de ejemplos si fuese el caso. Los alumnos tendrán que demostrar que tienen adquiridos los contenidos del curso y es una de las partes del examen teórico.	20	A3	C2 C4 C8 C12	D5
Examen de preguntas objetivas	La parte teórica se supera con dos pruebas: un tema a desarrollar y un ejercicio tipo test donde las respuestas correctas suman 1 punto y las incorrectas restan 0,5 puntos.	10	A3	C2 C4 C8	D3

### Otros comentarios sobre la Evaluación

#### REQUISITOS PARA SUPERAR LA MATERIA

Tener aprobados todos los trabajos/ejercicios prácticos y los exámenes teóricos.

Es una materia presencial, por lo que la evaluación será continua y deberán asistir al 80% de horas de clase presenciales, o telemáticas si no pudieran ser presenciales. La participación y la asistencia se valorarán según criterios de observación continuos.

A lo largo del cuatrimestre, los alumnos que mantengan la evaluación continua podrían realizar pruebas que eliminen parte de la materia teórica del examen final, así como realizar ejercicios para recuperar trabajos suspensos.

La nota final será la suma obtenida de los porcentajes indicados para cada ejercicio práctico y/o examen realizado durante el

curso. No se sumarán las puntuaciones hasta haber aprobado cada parte (teórica y práctica) y en caso de suspender alguna de ellas, suspenderá la materia.

## CONVOCATORIA DE JULIO/EXTRAORDINARIA

Los alumnos que no asistan regularmente no tendrán derecho a la evaluación continua. Para superar la materia, solo podrán realizar un único examen en la convocatoria de julio, en la fecha estipulada oficialmente, para lo cual deberán tener presentadas y superadas las prácticas exigidas durante el curso (40%) y superar un examen teórico con cuestiones tipo test y un tema a desarrollar (60%) con los mismos criterios que se marcan en la evaluación. La calificación máxima que se podrá alcanzar en la materia es la de aprobado (entre 5 y 6,9 sobre 10).

La forma de evaluación en la convocatoria extraordinaria se realizará del mismo modo que la convocatoria de julio. Si no se aprueba la materia en esta convocatoria, el alumno deberá cursarla nuevamente y debe de adaptarse a la guía docente que esté vigente en ese curso académico. No se conservarán las calificaciones obtenidas en cursos anteriores.

---

### Fuentes de información

#### Bibliografía Básica

CANEL, M.J., **Comunicación política: técnicas y estrategias para la sociedad de la información**, Tecnos, 1999

DOMENACH, J., **La propapanda política**, Eudeba, 1950

ELLUL, J., **Historia de la propaganda**, Arte, 1967

GARCÍA BEAUDOUX et al., **Propaganda gubernamental**, La Crujía Ediciones, 2011

HUICI MÓDENES, A., **Teoría e historia de la propaganda**, Ediciones Alfar,

MARQUÉS, J., **Política y propaganda: medios de comunicación y opinión pública**, UOC Ediciones, 2016

MORELLI, A., **Principios elementales de la propaganda de guerra**, Argitaletxe Hiru, 2002

MURANO, H., **Poder y comunicación: la irrupción del marketing y de la publicidad política**, Letra Buena, 1991

PENA RODRÍGUEZ, A., **Salazar y Franco. La alianza del fascismo ibérico contra la España republicana: prensa, diplomacia y propaganda**, Editorial Trea, 2017

PENA RODRÍGUEZ, A. y PAULO, H., **A cultura do poder. A propaganda nos estados autoritários**, Coimbra University Press, 2016

PENA RODRÍGUEZ, A. (coord.), **Información política y gabinetes de comunicación**, Diputación Provincial de Pontevedra, 1998

PRATKANIS, A.R. e ARONSON, E., **La era de la propaganda. Uso y abuso de la persuasión**, Paidós, 1994

RÚAS, X. e PENA, A., **Cómo ganar ou perder unhas eleccións**, Edicións Lea, 2004

SARTORIUS, N., **La manipulación del lenguaje**, Ed. Espasa, 2018

#### Bibliografía Complementaria

BARTLETT, F., **La propapanda política**, Fondo de Cultura Económica, 1941

CASTELLÓ, A. y PINO, C., **De la publicidad a la comunicación persuasiva integrada**, ESIC Editorial, 2019

CHOMSKY, N. e RAMONET, I., **Cómo nos venden la moto**, Icaria, 1996

LÓPEZ EIRE, J. e DE SANTIAGO GUERVÓS, J., **Retórica y Comunicación Política**, Cátedra, 2000

PENA RODRÍGUEZ, A., **Comunicación y guerra en la historia**, Tórculo, 2004

PENA RODRÍGUEZ, A. (coord.), **La publicidad en televisión**, Diputación Provincial de Pontevedra, 1999

PIZARROSO QUINTEIRO, A., **Historia de la propaganda**, Eudema, 1990

SUN TZU, **El arte de la guerras**, Edaf, 2001

---

### Recomendaciones

#### Asignaturas que continúan el temario

Técnicas de comunicación electoral e institucional/P04G190V01603

Técnicas de relaciones públicas/P04G190V01604

#### Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Planificación estratégica de las relaciones públicas/P04G190V01503

#### Asignaturas que se recomienda haber cursado previamente

Comunicación: Historia de la propaganda y la publicidad/P04G190V01204

Comunicación: Imagen corporativa/P04G190V01303

---

### Plan de Contingencias

#### Descripción

=== MEDIDAS EXCEPCIONALES PLANIFICADAS ===

Ante la incierta e imprevisible evolución de la alerta sanitaria provocada por la COVID-10, la Universidad establece una planificación extraordinaria que se activará en el momento en que las administraciones y la propia institución lo determinen atendiendo a criterios de seguridad, salud y responsabilidad y garantizando la docencia en un escenario no totalmente

presencia. Estas medidas ya planificadas garantizan, en el momento en que sea preceptivo, el desarrollo de la docencia de una forma más ágil y eficaz al ser conocidas de antemano (o con una amplia antelación) por el alumnado y el profesorado a través de la herramienta normalizada e institucionalizada de las guías docentes DOCNET.

=== ADAPTACIÓN DE LAS METODOLOGÍAS ===

No se contemplan modificaciones de las metodologías docentes, con la única salvedad de que los contenidos teóricos podrán ser impartidos de forma no presencial.

Los mecanismos no presenciales de atención al alumnado (tutorías) serán el despacho virtual del campus remoto en el horario indicado y el correo electrónico.

=== ADAPTACIÓN DE LA EVALUACIÓN ===

No se contemplan modificaciones en los sistemas de evaluación más allá de la posibilidad de que algunas pruebas de evaluación tengan que realizarse de forma no presencial.

---