



DATOS IDENTIFICATIVOS

Propaganda en medios audiovisuales

Asignatura	Propaganda en medios audiovisuales			
Código	P04G071V01401			
Titulación	Grado en Comunicación Audiovisual			
Descriptores	Creditos ECTS 6	Seleccione OB	Curso 4	Cuatrimestre 1c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Dafonte Gómez, Alberto			
Profesorado	Dafonte Gómez, Alberto			
Correo-e	albertodafonte@uvigo.es			
Web	http://about.me/albertodafonte			
Descripción general	Esta materia aborda las claves fundamentales del discurso propagandístico a lo largo de su evolución histórica y el estudio de sus técnicas retóricas y sus efectos a través de los medios audiovisuales			

Resultados de Formación y Aprendizaje

Código				
B1	Conocer las características esenciales de la comunicación, sus elementos y sus resultados.			
B3	Aplicar técnicas y procedimientos de la composición de la imagen a los diferentes soportes audiovisuales, a partir del conocimiento de las leyes clásicas y de los movimientos estéticos y culturales de la historia de la imagen.			
B4	Exponer los resultados de los trabajos académicos de manera escrita, oral o por medios audiovisuales o informáticos de acuerdo a los cánones de las disciplinas de la comunicación.			
B5	Conocer los valores constitucionales, principios éticos y normas deontológicas aplicables a la comunicación audiovisual, en especial las relativas a la igualdad de hombres y mujeres, a la no discriminación de personas con discapacidad y al uso no sexista de la imagen femenina en los medios de comunicación de masas.			
B6	Trabajar en equipo y comunicar las propias ideas mediante la creación de un ambiente propicio.			
C13	Conocer la historia y evolución del lenguaje y géneros audiovisuales a través de sus propuestas estéticas e industriales.			
C14	Conocer y aplicar los recursos, métodos y procedimientos empleados en la construcción y análisis de los relatos audiovisuales			
D2	Comunicar por oral y por escrito en la lengua gallega.			
D3	Sostenibilidad y compromiso ambiental. Uso equitativo, responsable y eficiente de los recursos.			

Resultados previstos en la materia

Resultados previstos en la materia	Resultados de Formación y Aprendizaje			
Conocer la historia y evolución de la fotografía, cine, radio y televisión en función de su empleo como medio de propaganda política, poniendo de manifiesto su relevancia social y cultural al largo del tiempo	B1	C13		
Comprender e integrar los nuevos medios tecnológicos y la evolución de los lenguajes audiovisuales en la transmisión y modernización de los mensajes publicitarios de índole política	B5	C14		
Conocer los modelos psicológicos específicamente desarrollados para la comunicación visual y la persuasión a través de la imagen y el sonido	B1 B3			D2
Analizar relatos audiovisuales, atendiendo a los parámetros básicos del análisis de obras audiovisuales, considerando los mensajes visuales como producto de condiciones sociopolíticas y culturales de una época histórica determinada.	B4	C13		D2
Exponer de forma idónea los resultados de los trabajos académicos de manera oral o por medios audiovisuales o informáticos conforme a los cánones de las disciplinas de la comunicación.	B3 B6			D2
Demostrar capacidad de adaptación a los cambios empresariales, para trabajar en equipo, asumir riesgos, tomar decisiones, hacer autocrítica y desarrollar una conciencia solidaria.	B5 B6			D3

Contenidos

Tema

1. Fundamentación teórica.	Origen y definiciones del concepto de propaganda. Evolución histórica del concepto. Principales modelos de propaganda. Estructura de la retórica: Ethos, pathos y logos.
2. Modelos y técnicas clásicas de la propaganda a través de los medios de comunicación.	Propaganda emocional y racional. Propaganda de agitación e integración. Propaganda negra, blanca o gris. Propaganda religiosa, de guerra y política. Propaganda vertical y horizontal. Propaganda explícita, implícita o subliminal. Subpropaganda. Censura y desinformación ("fake news"). Reglas básicas de la propaganda: Simplificación, desfiguración, orquestación, transfusión, contagio o unanimidad, entre otras. Reglas de la contrapropaganda. La campaña electoral como paradigma de la propaganda audiovisual.
3. Propaganda audiovisual en Europa, Estados Unidos y España. Casos históricos paradigmáticos.	Alemania y la II Guerra Mundial. Rusia y la propaganda soviética. Francia, Italia y propaganda en el resto de Europa. Estados Unidos. Evolución propagandística en España.

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	20	24	44
Prácticas con apoyo de las TIC	4	0	4
Seminario	10	8	18
Aprendizaje-servicio	14	48	62
Examen de preguntas objetivas	2	20	22

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

Metodologías

	Descripción
Lección magistral	Las sesiones magistrales se basan en el trabajo semanal realizado de forma autónoma por el alumnado. Sobre la base del conocimiento previo adquirido por el alumnado se desarrollarán los contenidos teóricos de la materia.
Prácticas con apoyo de las TIC	Las sesiones magistrales se combina con la realización de tareas a través de plataformas digitales.
Seminario	Actividades de análisis y reflexión desarrolladas dentro de las sesiones prácticas, necesarias para desarrollar el proyecto de ApS
Aprendizaje-servicio	Realización del contenido audiovisual desarrollado dentro del marco general del Aprendizaje-servicio y redacción del portfolio del proyecto

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Lección magistral	Seguimiento personalizado de dudas relativas a las sesiones de aula tanto en horario de clase como en tutorías y en la plataforma de teledocencia
Aprendizaje-servicio	Seguimiento personalizado de los trabajos propuestos tanto en horario de clase como en tutorías y en la plataforma de teledocencia
Seminario	Seguimiento personalizado de los trabajos propuestos tanto en horario de clase como en tutorías y en la plataforma de teledocencia

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje		
Prácticas con apoyo de las TIC	Las sesiones magistrales se combinan con la realización de tareas a través de plataformas digitales.	15	B1	C13	D2
Seminario	Actividades de análisis y reflexión desarrolladas dentro de las sesiones prácticas, necesarias para llevar a cabo el proyecto de ApS.	10	B5	C14	B6

Aprendizaje-servicio	Desarrollo, grabación y edición de los contenidos audiovisuales requeridos dentro del marco del Aprendizaje-servicio y presentación de portfolio (trabajo en grupo).	40	B3 B4 B5 B6	C14	D2 D3
Examen de preguntas objetivas	Examen de la materia abordada en las sesiones teóricas y prácticas	35	B1 B5	C13 C14	

Otros comentarios sobre la Evaluación

El alumnado deberá aprobar cada una de las metodologías y pruebas descritas en este apartado para superar la asignatura. El procedimiento de evaluación descrito hasta este punto es válido para el alumnado que opte por la evaluación continua y cumpla con las entregas previstas a lo largo del cuatrimestre.

En caso de que desee optar por evaluación global, el alumnado deberá informar al docente de su renuncia expresa al sistema de evaluación continua en el plazo establecido por el centro para tal fin, adjuntando cubierto y firmado el documento habilitado para tal fin. El procedimiento de evaluación global es el descrito a continuación.

EVALUACIÓN GLOBAL DE LA MATERIA

La prueba de evaluación global se realizará en la fecha y horarios previstos por el centro en el calendario de exámenes oficial. El estudiante deberá superar todas y cada una de las pruebas de evaluación previstas que se detallan a continuación obteniendo una cualificación mínima de 5 puntos en cada una de ellas. Dada la extensión de las pruebas el alumnado que se acoja la evaluación global deberá disponer de 4 horas para la realización de las mismas a partir de la hora oficial de inicio del examen de la materia segundo el calendario oficial.

La evaluación global consta de las siguientes pruebas:

Prueba 1. Examen de la materia (40%)

Prueba 2. Trabajo de investigación 1 a acordar con el docente responsable (10%). Entrega a través de Moovi con límite en la fecha del examen.

Prueba 3. Trabajo de investigación 2 a acordar con el docente responsable (10%). Entrega a través de Moovi con límite en la fecha del examen.

Prueba 4. Desarrollo, grabación y edición de los contenidos audiovisuales requeridos dentro del marco del Aprendizaje-servicio y presentación de portfolio (40%). Entrega a través de Moovi con límite en la fecha del examen.

La información sobre las pruebas de evaluación, su formato, extensión, rúbrica de evaluación y canales de entrega serán detalladas a través de la plataforma Moovi. Es responsabilidad del alumno o alumna estar atento a la información subida y recopilar la información específica y complementaria que sea precisa para superar la materia.

Fuentes de información

Bibliografía Básica

Correas, María, **Fake news! Bulos que cambiaron el curso de la historia**, Titilante, 2019

Domenach, Jean Marie, **La Propaganda Política**, Buenos Aires, 1963

Ellul, Jacques, **Historia de la propaganda**, Monte Ávila, 1970

Huici Módenes, Adrián, **Teoría e historia de la propaganda**, Síntesis, 2017

Pizarroso Quintero, Alejandro, **Historia de la propaganda**, EUDEMA, 1992

Urbani, Shaydanay, **Guía básica de First Draft sobre cómo verificar información encontrada en línea**, First Draft, 2020

Wardle, Claire, **Guía básica de First Draft para comprender el desorden informativo**, First Draft, 2020

Bibliografía Complementaria

Recomendaciones