



DATOS IDENTIFICATIVOS

Técnicas de propaganda política

Materia	Técnicas de propaganda política			
Código	P04G190V01506			
Titulación	Grao en Publicidade e Relacións Públicas			
Descritores	Creditos ECTS	Sinale	Curso	Cuadrimestre
	6	OB	3	1c
Lingua de impartición	Galego			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	Pena Rodríguez, Alberto			
Profesorado	Pena Rodríguez, Alberto			
Correo-e	alberto@uvigo.es			
Web	http://http://csc.uvigo.es/profesorado/alberto-pena-rodriguez/			
Descrición xeral	A materia pretende que os estudantes coñezan as técnicas de propaganda política mais salientables utilizadas polos diferentes emisores, prestando especial atención ós medios de comunicación e ás mensaxes producidas para persuadir ás audiencias en diferentes contextos.			

Competencias

Código	Descrición
A3	Que os estudantes teñan a capacidade de reunir e interpretar datos relevantes (normalmente dentro da súa área de estudo) para emitir xuízos que inclúan unha reflexión sobre temas relevantes de índole social, científica ou ética.
C2	Competencias socioculturais: Coñecemento dos procesos sociopsicolóxicos que afectan ao desenvolvemento da comunicación en xeral, os específicos da comunicación publicitaria e os propios das relacións cos públicos.
C4	Coñecemento teórico e práctico das estruturas organizativas e dos procesos da publicidade e das relacións públicas.
C8	Coñecemento das perspectivas e metodoloxías de investigación dos axentes, entornos e procesos implicados na comunicación e, especificamente, na publicidade e nas relacións públicas.
C12	Destrezas analítico-sintéticas: capacidade e habilidade para establecer a estratexia, planificación e procesos propios da comunicación publicitaria e das relacións públicas.
D3	Competencias colaborativas: capacidade de adaptación aos obxectivos e valores organizativos e de traballo en equipo.
D5	Competencias directivas: capacidade de asumir o liderado en proxectos, xeríndoos eficientemente e asumindo compromisos de responsabilidade social.

Resultados de aprendizaxe

Resultados previstos na materia	Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Recoñecer e analizar os diferentes elementos que compoñen o proceso de comunicación persuasiva de carácter político	A3	C2
Describir e interpretar o fenómeno da propaganda política		C2 C8
Identificar e distinguir os diferentes modelos e formas das técnicas de propaganda política		C4
Identificar e clasificar os diferentes estadios do proceso de comunicación propagandística, de acordo coas teorías aplicables		C4
Identificar e describir os diferentes actores públicos e privados que interveñen na comunicación con intencionalidade política		C8
Interpretar e definir as diferentes técnicas e técnicas que se aplican en distintos contextos da comunicación política		C4
Identificar e adaptar as técnicas propagandísticas das organizacións		C12
Analizar e avaliar a comunicación estratéxica das organizacións políticas		C4 D3 C8

Desenvolver actividades creativas de carácter persuasivo respetando a transparencia e os principios democráticos	C12	D5
Cooperar no traballo en equipo nas diferentes dimensións do proceso de creación de campañas propagandísticas	C12	D3
Demostrar unha visión crítica da comunicación propagandística		D3 D5
Asumir a máxima responsabilidade ética de acordo coas regras do xogo político nunha sociedade democrática		D5

Contidos

Tema

TEMA 1. Introducción á propaganda política	<ul style="list-style-type: none"> - Definicións do concepto de propaganda. - Orixe e evolución histórica. - Ethos, pathos e logos.
TEMA 2. Tipoloxía e modelos de propaganda	<ul style="list-style-type: none"> - Racional e emocional. - Axitación ou integración. - Negra, branca ou gris. - Vertical ou horizontal. - Relixiosa, de guerra, política ou social. - Subpropaganda, censura e desinformación.
TEMA 3. Técnicas clásicas da propaganda política	<ul style="list-style-type: none"> - Simplificación ou inimigo único. - Contaxio ou unanimidade. - Orquestración. - Desfiguración ou esaxeración. - Transfusión. - Contrapropaganda. - Técnicas de propaganda de guerra. - Manipulación mediática.
TEMA 4. A escenificación mediática da propaganda política.	<ul style="list-style-type: none"> - Emotividade, racionalidade ou medo. - O debate televisivo. - O vídeo. - O mitin. - O cartel. - A figura do/a candidato/a.
TEMA 5. Novas técnicas e medios de propaganda.	<ul style="list-style-type: none"> - O universo de internet. - As redes dixitais: Facebook, Twitter, Youtube, etc. - Móviles e cidadanía dixital.

Planificación

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Seminario	10	20	30
Presentación	5	10	15
Estudo de casos	10	20	30
Lección maxistral	23	46	69
Exame de preguntas de desenvolvemento	2	4	6

*Os datos que aparecen na táboa de planificación son de carácter orientador, considerando a heteroxeneidade do alumnado.

Metodoloxía docente

	Descrición
Seminario	Abordarán temas monográficos, que poidan ser analizados de xeito máis profundo en grupos reducidos
Presentación	Os estudantes deberán aprender a presentar en público os seus traballos de forma eficaz
Estudo de casos	É necesario o estudo de casos específicos para unha mellor aprendizaxe dos coñecementos teóricos
Lección maxistral	Servirán para explicar os contidos teóricos da materia, pero permitirán a participación activa do alumno e serán complementadas con material audiovisual

Atención personalizada

Metodoloxías	Descrición
Seminario	Os estudantes recibirán unha atención personalizada e continua durante o proceso de aprendizaxe académica mediante un contacto directo co profesor nas clases de seminario.
Presentación	O docente supervisará persoalmente cada unha das presentacións que os estudantes teñan que realizar durante o semestre, orientando ós alumnos na súa planificación e desenvolvemento.

Estudo de casos O profesor proporcionará persoalmente pautas de análise para o estudo dos casos prácticos, con supervisión académica periódica.

Avaliación					
	Descrición	Cualificación		Resultados de Formación e Aprendizaxe	
Presentación	A avaliación da parte práctica realizarase dunha forma continua nas distintas metodoloxías docentes e, dun xeito específico, na exposición dos traballos dos alumnos.	60	A3	C12	D3 D5
Exame de preguntas de desenvolvemento	O apartado teórico será avaliado ca realización dun exame sobre os contidos explicados nas sesións maxistras.	40		C2 C4 C8	D3 D5

Outros comentarios sobre a Avaliación

PLANIFICACIÓN DAS PRÁCTICAS DA ASIGNATURA:

- **Grupos de traballo:** Os estudantes deberán xuntarse en pequenos grupos de de 4-6 persoas para realizar as DÚAS prácticas obrigatorias da asignatura. Só excepcionalmente, e de forma xustificada, se admitirán grupos de traballo con menos membros.
- **As datas de exposición/entrega** son inamovíbeis e quedarán fixadas para a semana do 22 ó 26 de outubro (primeira práctica); e para a semana do 26 ó 30 de novembro (segunda práctica), salvo incidencias imprevistas.
- **Puntuación:** Cada práctica realizada terá unha puntuación máxima de 3 puntos.

TRABALLOS A REALIZAR: DESCRIPCIÓN E ANÁLISE DE TÉCNICAS/ ESTRATEXIAS DE PROPAGANDA POLÍTICA

PRIMEIRA PRÁCTICA: Modelos de campañas de propaganda política

- 1) Campañas Electorais: GRUPO A
- 2) Campañas Institucionais-Estado: GRUPO D
- 3) Campañas Institucionais-Loais/Autonómicas: GRUPO B
- 4) Campañas de Activismo Social: ecolóxicas, dereitos sociais, defensa dos animais, etc: GRUPO C

SEGUNDA PRÁCTICA: Campañas de propaganda política a través dos medios de comunicación

- 1) Propaganda política en medios impresos: prensa, cartelería, folletos, etc: GRUPO A
- 2) Propaganda política no cinema: filmes, documetais, vídeos, etc: GRUPO D
- 3) Propaganda en radio/televisión: GRUPO B
- 4) Propaganda a través de medios dixitais: internet, redes móbiles, etc. GRUPO C

PAUTAS XERAIS PARA DESENVOLVER OS TRABALLOS:

- Os traballos deben ter unha estrutura académica: índice, introducción, contidos con diferentes enunciados, conclusións e fontes bibliográficas ou doutro tipo. Valorarase a presentación.
 - Describir/analizar o contexto do obxecto de estudo.
 - Identificar/describir/analizar estratexias e técnicas.
 - Exposición: 15 minutos, expoñer de maneira seria e rigurosa os contidos do traballo.
- * Os retrasos ou aprazamentos na entrega dos traballos restarán a metade puntuación.

Bibliografía. Fontes de información

Bibliografía Básica

- BARTLETT, F., **La propapanda política**, Fondo de Cultura Económica, 1941
- CANEL, M.J., **Comunicación política: técnicas y estrategias para la sociedad de la información**, Tecnos, 1999
- CHOMSKY, N. e RAMONET, I., **Cómo nos venden la moto**, Icaria, 1996
- DOMENACH, J., **La propapanda política**, Eudeba, 1950
- ELLUL, J., **Historia de la propapanda**, Arte, 1967
- GARCÍA BEAUDOUX et al., **Propaganda gubernamental**, La Crujía Ediciones, 2011
- LÓPEZ EIRE, J. e DE SANTIAGO GUERVÓS, J., **Retórica y Comunicación Política**, Cátedra, 2000
- MARQUÉS, J., **Política y propapanda: medios de comunicación y opinión pública**, UOC Ediciones, 2016
- MORELLI, A., **Principios elementales de la propapanda de guerra**, Argitaletxe Hiru, 2002
- MURANO, H., **Poder y comunicación: la irrupción del marketing y de la publicidad política**, Letra Buena, 1991
- PIZARROSO QUINTEIRO, A., **Historia de la propapanda**, Eudema, 1990
- PRATKANIS, A.R. e ARONSON, E., **La era de la propapanda. Uso y abuso de la persuasión**, Paidós, 1994
- SUN TZU, **El arte de la guerras**, Edaf, 2001
- RÚAS, X. e PENA, A., **Cómo gañar ou perder unhas eleccións**, Edicións Lea, 2004
- HUICI MÓDENES, A., **Teoría e historia de la propapanda**, Ediciones Alfar,
- PENA RODRÍGUEZ, A., **Salazar y Franco. La alianza del fascismo ibérico contra la España republicana: prensa, diplomacia y propapanda**, Editorial Trea, 2017
- PENA RODRÍGUEZ, A., **Comunicación y guerra en la historia**, Tórculo, 2004
- PENA RODRÍGUEZ, A. y PAULO, H., **A cultura do poder. A propapanda nos estados autoritários**, Coimbra University Press, 2016
- PENA RODRÍGUEZ, A. (coord.), **La publicidad en televisión**, Diputación Provincial de Pontevedra, 1999
- PENA RODRÍGUEZ, A. (coord.), **Información política y gabinetes de comunicación**, Diputación Provincial de Pontevedra, 1998

Bibliografía Complementaria

Recomendacións

Materias que continúan o temario

- Técnicas de comunicación electoral e institucional/P04G190V01603
- Técnicas de relacións públicas/P04G190V01604

Materias que se recomenda cursar simultaneamente

- Planificación estratéxica das relacións públicas/P04G190V01503

Materias que se recomenda ter cursado previamente

- Comunicación: Historia da propapanda e a publicidade/P04G190V01204
- Comunicación: Imaxe corporativa/P04G190V01303
-