



DATOS IDENTIFICATIVOS

Técnicas de propaganda política

Asignatura	Técnicas de propaganda política			
Código	P04G190V01506			
Titulación	Grado en Publicidad y Relaciones Públicas			
Descriptores	Creditos ECTS	Seleccione	Curso	Cuatrimestre
	6	OB	3	1c
Lengua	Castellano			
Impartición	Gallego			
Departamento	Comunicación audiovisual y publicidad			
Coordinador/a	Baamonde Silva, Xosé Manuel			
Profesorado	Baamonde Silva, Xosé Manuel Bastón Carballo, María Susana			
Correo-e	xbaamonde@uvigo.es			
Web	http://http://csc.uvigo.es/profesorado/alberto-pena-rodriguez/			
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.			

Resultados de Formación y Aprendizaje

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 previstos en la materia

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	- El concepto de propaganda. - Significado y sentido de la propaganda política - Origen y evolución histórica.
TEMA 2. Tipología y modelos de propaganda	- Racional y emocional. - Agitación o integración. - Negra, blanca o gris. - Vertical u horizontal. - Religiosa, de guerra, política o social. - Subpropaganda y censura
TEMA 3. Técnicas clásicas de la propaganda política	- Simplificación o enemigo único. - Contagio o unanimidad. - Orquestración. - Desfiguración o exageración. - Transfusión. - Contrapropaganda. - Técnicas de propaganda de guerra. - Manipulación mediática.
TEMA 4. La escenificación de la propaganda política.	- Emotividad, racionalidad y miedo. - Los sondeos de opinión - El cartel. - El debate televisivo. - El vídeo. - El mitin. - La figura del/la candidato/a.
TEMA 5. Nuevas técnicas de propaganda	- La propaganda digital - Las redes sociales: Facebook, Twitter, Youtube, etc. - Móviles y ciudadanía digital. - El encuadre (framing) - El relato
TEMA 6. Contexto actual y tendencias de futuro	- Politainment (la política espectáculo) - El proceso judicial como arma política - El escenario político en Galicia y en España - La geopolítica

Planificación

	Horas en clase	Horas fuera de clase	Horas totales
Lección magistral	20	40	60
Estudio de casos	4	8	12
Talleres	16	0	16
Trabajo tutelado	8	32	40
Examen de preguntas de desarrollo	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	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.

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.
Talleres	Actividades enfocadas a la adquisición de conocimientos y habilidades relacionados con la materia, con asistencia específica por parte del profesor a las actividades que desarrollan los estudiantes
Trabajo tutelado	Los estudiantes desarrollarán, preferentemente en grupo, un trabajo tutelado. Se trata de una actividad autónoma de los estudiantes que incluye la búsqueda y recogida de información, lectura y manejo de bibliografía, redacción, etc. Se dedicarán varias sesiones a la presentación, seguimiento y exposición oral de los proyectos.

Atención personalizada

Metodologías	Descripción
Trabajo tutelado	El alumnado podrá solicitar tutorías para desarrollar el trabajo tutelado o para colucionar cualquier duda de la materia.

Evaluación

	Descripción	Calificación	Resultados de Formación y Aprendizaje			
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	D3	D5
Talleres	Se valorará la asistencia, participación activa y trabajo desenvuelto en las sesiones que se dediquen a los talleres. Los alumnos que no puedan asistir a estas sesiones (por motivos laborales, por estar cursando otras materias de otros cursos en el incluso horario, etc.) deben contactar con el docente para exponer su caso nos primeros días del curso.	30		C2	C4	C8
Trabajo tutelado	Los alumnos deberán entregar en tiempo y forma los trabajos tutelados, que se desarrollarán preferentemente de forma grupal.	30	A3			D3
Examen de preguntas de desarrollo	El alumnado deberá realizar un examen con preguntas para desarrollar que permita evaluar sus conocimientos y capacidad de redacción.	20	A3	C4		D5

Otros comentarios sobre la Evaluación

Evaluación continua

El alumnado debera aprobar cada uno de los apartados, teórico y práctico, para superar la materia y hacer la nota media final.

En caso de suspender uno de los dos, con independencia de la nota en el otro, suspenderá la materia.

Segunda Oportunidad

El alumnado que se presente al examen de julio también deberá haber presentado las prácticas exigidas durante el curso

Evaluación Global

La prueba de evaluación global se realizará en la fecha y horarios previstos por el centro en el calendario de exámenes oficial. Los estudiantes deberán superar todas y cada una de las pruebas de evaluación previstas que se detallan a *continuación obteniendo una calificación mínima de 5 puntos en cada una de ellas. Dada ala extensión de las pruebas el alumnado que se acoja a 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.

Breve deswcripción de las pruebas:

Prueba 1. Examen tórico. Se realizará el examen teórico previsto para la materia con un valor del 40% sobre el total de la nota siendo preciso obtener una calificación mínima de 5 puntos para aprobar esta parte. Una calificación inferior no servirá no como media con las otras pruebas.

Prueba 2. Trabajo práctico. Hacer entrega de un trabajo propuesto por el docente, con un valor del 30% sobre el total de la calificación. El trabajo será entregado en la fecha y horario del examen. El detalle del trabajo, metodología y criterio de evaluación serán facilitados a los estudiantes de evaluación global una vez finalizado el plazo de renuncia expresa de evaluación continua.

Prueba 3. Actividad práctica. Tras la realización del examen teórico, los estudiantes deberán realizar actividades prácticas semejantes a las realizadas por los alumnos de evaluación continua, empleando los mismos recursos y equipaciones

empleados por estos. Las pruebas durarán un máximo de dos horas desde el comienzo de las mismas. El detalle de las pruebas así como los criterios de evaluación serán remitidos al alumnado en un plazo no superior a un mes desde la renuncia efectiva la evaluación continua. La evaluación de actividades prácticas, en su conjunto, tiene un peso del 30% sobre el total de la calificación siendo preciso obtener una calificación mínima de 5 puntos para aprobar esta parte. Una calificación inferior no servirá como media con las otras pruebas.

Resume de las pruebas y porcentaje de evaluación global del conjunto de tareas:

Prueba 1. Examen. Valoración del 40% sobre el total de la nota.

Prueba 2. Trabajo práctico. Valoración del 30% sobre el total de la nota.

Prueba 3. Actividades prácticas. Valoración del 30% sobre el total de la nota.

Los estudiantes deberán obtener una calificación mínima de 5 puntos en todas las pruebas.

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 gañar 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