



## 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         | Baamonde Silva, Xosé Manuel                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |        |       |              |
| Profesorado           | Baamonde Silva, Xosé Manuel                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |        |       |              |
| Correo-e              | xbaamonde@uvigo.es                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |        |       |              |
| Web                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |        |       |              |
| Descrición xeral      | A materia aborda as técnicas de propaganda política no seu contexto histórico e actual. Deben diferenciarse das fórmulas puramente electorais e a súa finalidade é a xestión do exercicio do poder, de tal xeito que sexa aceptado polos gobernados. Nunha democracia a obriga dos gobernantes é buscar o ben público e á consecución deste obxectivo tamén contribúen as técnicas de propaganda. |        |       |              |

## Competencias

|        |                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|--------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Código |                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 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.                                  |
| C1     | Coñecemento da evolución histórica da comunicación publicitaria e das relacións públicas, así como dos aspectos industriais, socio-políticos e estéticos que inciden nos seus elementos, formas e procesos                                                            |
| 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.                                                                                 |
| C9     | Coñecemento das estratexias de comunicación e o seu desenvolvemento creativo, aplicables en todo tipo de organizacións, así como das metodoloxías necesarias para a súa análise, auditoría e avaliación                                                               |
| C10    | Coñecemento teórico e práctico das técnicas de xestión en empresas de comunicación.                                                                                                                                                                                   |
| C12    | Destrezas analítico-sintéticas: capacidade e habilidade para establecer a estratexia, planificación e procesos propios da comunicación publicitaria e das relacións públicas.                                                                                         |
| C14    | Destrezas directivas e colaborativas: capacidade e habilidade para responsabilizarse da área de comunicación dunha organización, afrontando a xestión estratéxica dos seus intanxibles, a responsabilidade social corporativa e as relacións con diferentes públicos. |
| D3     | Competencias colaborativas: capacidade de adaptación aos obxectivos e valores organizativos e de traballo en equipo                                                                                                                                                   |
| D4     | Competencias directivas: capacidade para administrar o tempo, con habilidade para a organización de tarefas                                                                                                                                                           |
| D5     | Competencias directivas: capacidade de asumir o liderado en proxectos, xeríndoos eficientemente e asumindo compromisos de responsabilidade social                                                                                                                     |
| D6     | Competencias directivas: preparación para asumir o risco na toma de decisións                                                                                                                                                                                         |

## 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                                    |
| Describir e interpretar o fenómeno da propaganda política                                                           | C1                                    |

|                                                                                                                                |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Avaliar os procesos estratéxicos da comunicación política                                                                      | C2  |
| 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  | C8  |
| 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         | C10 |
| Analizar e avaliar a comunicación estratéxica das organizacións políticas                                                      | C9  |
| Identificar e adaptar as técnicas propagandísticas das organizacións                                                           | C12 |
| Desenvolver actividades creativas de carácter persuasivo respetando a transparencia e os principios democráticos               | C14 |
| Participar na innovación e creación de coñecementos con capacidade de desenvolvemento académico e profesional                  | D3  |
| Cooperar no traballo en equipo nas diferentes dimensións do proceso de creación de campañas propagandísticas                   | D3  |
| Respectar a pluralidade de opinións, pareceres e habilidades para xerar consensos                                              | D4  |
| Demostrar preparación para decidir sen medo ao fracaso e a frustración profesional                                             | D6  |
| Demostrar unha visión crítica da comunicación propagandística                                                                  | D5  |
| Establecer criterios para formular obxectivos e as súas posibles consecuencias e efectos                                       | D6  |
| Asumir a máxima responsabilidade ética de acordo coas regras do xogo político nunha sociedade democrática                      | D5  |
| Organizar e xestionar axeitadamente as tarefas propias                                                                         | D4  |

## Contidos

|                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Tema                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Orixe, evolución e definicións da propaganda política   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Subpropaganda, censura, información, desinformación e manipulación</li> <li>- Modelos de comunicación persuasiva</li> <li>- Propaganda, Publicidade e Marketing</li> <li>- Arte e propaganda: carteis, música e fotografía</li> </ul>                                                                 |
| Tipos de propaganda política                            | Segundo o emisor, o contido, a mensaxe o medio de comunicación ou o marco social, económico e cultural                                                                                                                                                                                                                                         |
| Regras básicas da propaganda e a contrapropaganda       | - Os 10 mandamentos da propaganda de guerra                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Técnicas, tácticas e ferramentas da propaganda política | A emotividade, o temor, a comparación, o humor.                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Propaganda impresa e audiovisual na época contemporánea | <ul style="list-style-type: none"> <li>- En Europa: Alemaña, Rusia, Francia e Italia</li> <li>- Na Península: Portugal, España e Galicia</li> <li>- En América latina</li> <li>- No mundo Árabe</li> <li>- Os conflitos cos Estados Unidos de América</li> </ul> Vietnam, a Guerra Fría e a Guerra do Golfo<br>A propaganda a partires do 11-S |
| Novas técnicas e medios de propaganda                   | Propaganda na rede<br>Novas tendencias na comunicación política                                                                                                                                                                                                                                                                                |

## Planificación

|                                              | Horas na aula | Horas fóra da aula | Horas totais |
|----------------------------------------------|---------------|--------------------|--------------|
| Seminarios                                   | 5             | 10                 | 15           |
| Resolución de problemas e/ou exercicios      | 5             | 10                 | 15           |
| Presentacións/exposicións                    | 4             | 8                  | 12           |
| Debates                                      | 6             | 12                 | 18           |
| Estudo de casos/análises de situacións       | 5             | 10                 | 15           |
| Sesión maxistral                             | 23            | 46                 | 69           |
| Probas de resposta longa, 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                                                                                         |
|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Seminarios                              | Abordarán temas monográficos, que poidan ser analizados de xeito máis profundo en grupos reducidos |
| Resolución de problemas e/ou exercicios | Terán carácter individual e colectivo e permitirán poñer en práctica os coñecementos teóricos      |

Presentacións/exposición Os estudantes deberán aprender a presentar en público os seus traballos de forma eficaz

|                                        |                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Debates                                | Os alumnos teñen que demostrar a súa capacidade para falar en público e defender o seu posicionamento con argumentos sólidos e defendibles               |
| Estudo de casos/análises de situacións | É necesario o estudo de casos específicos para unha mellor aprendizaxe dos coñecementos teóricos                                                         |
| Sesión 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                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Seminarios                              | A titorización dos estudantes, é un elemento clave para a articulación dunha educación que pretenda ser verdadeiramente personalizada e integral. O profesor debe ser un guía para o alumno e realizar unha orientación grupal e persoal para fomentar a súa motivación. Tamén debe ser utilizada a orientación on line, con todas as oportunidades que ofrecen as novas tecnoloxías. |
| Resolución de problemas e/ou exercicios | A titorización dos estudantes, é un elemento clave para a articulación dunha educación que pretenda ser verdadeiramente personalizada e integral. O profesor debe ser un guía para o alumno e realizar unha orientación grupal e persoal para fomentar a súa motivación. Tamén debe ser utilizada a orientación on line, con todas as oportunidades que ofrecen as novas tecnoloxías. |
| Presentacións/exposicións               | A titorización dos estudantes, é un elemento clave para a articulación dunha educación que pretenda ser verdadeiramente personalizada e integral. O profesor debe ser un guía para o alumno e realizar unha orientación grupal e persoal para fomentar a súa motivación. Tamén debe ser utilizada a orientación on line, con todas as oportunidades que ofrecen as novas tecnoloxías. |
| Estudo de casos/análises de situacións  | A titorización dos estudantes, é un elemento clave para a articulación dunha educación que pretenda ser verdadeiramente personalizada e integral. O profesor debe ser un guía para o alumno e realizar unha orientación grupal e persoal para fomentar a súa motivación. Tamén debe ser utilizada a orientación on line, con todas as oportunidades que ofrecen as novas tecnoloxías. |

### Avaliación

|                                              | Descrición                                                                                                                                                                                  | Cualificación | Resultados de Formación e Aprendizaxe           |
|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------------------------------------------|
| Presentacións/exposicións                    | As avaliación da parte práctica realizarase dunha forma continua nas distintas metodoloxías docentes e, dun xeito específico, na exposición dos traballos individuais e grupais dos alumnos | 60            | C1<br>C2<br>C4<br>C8<br>C9<br>C10<br>C12<br>C14 |
| Probas de resposta longa, de desenvolvemento | O apartado teórico será avaliado con probas sobre os contidos explicados nas sesións maxistrais                                                                                             | 40            | A3<br>D3<br>D4<br>D5                            |

### Outros comentarios sobre a Avaliación

Para aprobar a materia, compre superar as dúas partes, teórica e práctica, e entregar tódalas prácticas e traballos requeridos dentro dos prazos establecidos.

No caso dos alumnos non presenciais, calquer proposta de traballo para compensar e superar a parte práctica deberá realizarse de acordo coas indicacións plantexadas polo docente da materia e sempre antes do 15 de abril. Non se admitirá ningunha proposta para a superación da parte práctica con posterioridade a esta data.

### Bibliografía. Fontes de información

ARISTÓTELES (1999): Retórica. Madrid: Instituto de Estudios Políticos.

BARTLETT, F. (1941): La Propaganda Política. México: Fondo de Cultura Económica.

CICERÓN (2010): El Orador. Madrid: Alianza Editorial.

- CHOMSKY, N. Y RAMONET, I. (1996): *Cómo nos venden la moto*. Barcelona: Icaria.
- DEMÓSTENES (1985): *Discursos Políticos*. Madrid: Gredos.
- DOMENACH, J. (1950): *La Propaganda Política*. Buenos Aires: Eudeba.
- ELLUL, J. (1967): *Historia de la propaganda*. Caracas: Arte
- FERNÁNDEZ CAMPO, S. (2003): *Los discursos del poder. Palabras que cambiaron el curso de la Historia*. Barcelona: Belacqva.
- GARCÍA BEAUDOUX et.al (2011): *Propaganda gubernamental. Tácticas e iconografías del poder*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- HITLER, A. (1923): *Mein Kampf*. Nueva York: Reynal y Hitchcock.
- LÓPEZ EIRE, J. y GUERVÓS, J. (2000): *Retórica y Comunicación Política*. Madrid: Cátedra.
- MAQUIAVELO, N. (1974): *El Príncipe*. Barcelona: Veron Editor.
- MORELLI, A. (2002): *Principios elementales de la propaganda de guerra*. Guipúzcoa: Argitaletxe Hiru.
- PENA RODRÍGUEZ, A.(coord.) (2004): *Comunicación y Guerra en la Historia*, Santiago de Compostela, Tórculo
- PENA RODRÍGUEZ, A. (2009): *O que parece é : Salazar, Franco e a propaganda contra a Espanha democrática*, Lisboa, Tinta da China.
- PIZARROSO QUINTERO, A. (1990): *Historia de la Propaganda*. Madrid: Eudema.
- PRATKANIS, A.R. & ARONSON, E. (1994): *La era de la propaganda. Uso y abuso de la persuasión*. Barcelona: Paidós.
- SUN TZU (2001): *El Arte de la Guerra*. Madrid: Edaf.
- THOMPSON, J. (2001). *El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- José Ignacio Torreblanca** *Asaltar los cielos: Podemos o la política después de la crisis*. Debate. Barcelona, 2015.
- Biografía política urgente. Iván Gil, Pablo Iglesias**. Stella Maris. Barcelona, 2015
- Los votantes de Podemos: del partido de los indignados al partido de los excluidos**. José Fernández-Albertos. Catarata. Madrid, 2015
- Podemos. Objetivo: asaltar los cielos**. Jacobo Rivero. Planeta. Barcelona, 2015

---

## 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 propaganda e a publicidade/P04G190V01204

Comunicación: Imaxe corporativa/P04G190V01303

---