



## 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                   | <a href="http://http://csc.uvigo.es/profesorado/alberto-pena-rodriguez/">http://http://csc.uvigo.es/profesorado/alberto-pena-rodriguez/</a>                                                                                                                                                                                                                                   |        |       |              |
| Descrición xeral      | A materia aborda as técnicas de propaganda política, tanto dende unha perspectiva histórica como actual. O obxectivo principal da asignatura é analizar críticamente o discurso político nas súas diferentes dimensións persuasivas e soportes de comunicación, prestando especial atención ás técnicas clásicas na transmisión de mensaxes persuasivas de carácter político. |        |       |              |

## Competencias

|        |                                                                                                                                                                                                                      |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Código |                                                                                                                                                                                                                      |
| 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            | C2                                    |    |
| Descibir e interpretar o fenómeno da propaganda política                                                                       | C2<br>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<br>C8                              | D3 |

|                                                                                                                  |     |          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----------|
| 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<br>D5 |
| Asumir a máxima responsabilidade ética de acordo coas regras do xogo político nunha sociedade democrática        |     | D5       |

## Contidos

### Tema

|                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Introducción: delimitación teórica conceptual                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- O concepto de propaganda.</li> <li>- Significado e sentido da propaganda política.</li> <li>- Información, desinformación, subpropaganda, contrapropaganda, censura e manipulación.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                         |
| Modelos de propaganda política                                                 | Segundo o emisor, o contido, a mensaxe, o medio de comunicación ou o marco social, económico e cultural                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Técnicas clásicas aplicadas á transmisión da mensaxe e de carácter psicolóxico | <ul style="list-style-type: none"> <li>- As palabras máxicas</li> <li>- Simplificación ou "inimigo único"</li> <li>- Contaxio ou unanimidade</li> <li>- Orquestación: os canais da propaganda</li> <li>- Desfiguración ou esaxeración</li> <li>- Tranfusión</li> <li>- Regras da contrapropaganda</li> <li>- A escenificación mediática da acción política.</li> <li>- Emotividade e racionalidade, o medo, a comparación e o humor.</li> </ul> |
| Técnicas e medios de propaganda de masas na época contemporánea                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Península Ibérica: Portugal e España</li> <li>- Europa: Rusia, Alemaña, Italia e Francia</li> <li>- América: Estados Unidos</li> <li>- Asia: Timor Leste</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                    |

## 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/exposicións               | 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   | Os estudantes recibirán unha atención personalizada e continua durante o proceso de aprendizaxe académica mediante un contacto directo co profesor nas clases de seminario. |

|                                         |                                                                                                                                                                                       |
|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Resolución de problemas e/ou exercicios | O profesor atenderá persoalmente ós alumnos durante o proceso de resolución de problemas e casos prácticos mediante un contacto regular e programado.                                 |
| Presentacións/exposicións               | 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/análises de situacións  | 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 |          |
| Presentacións/exposicións                    | A avaliación da parte práctica realizarase dunha forma continua nas distintas metodoloxías docentes e, dun xeito específico, na exposición dos traballos dos alumnos. | 60            | C12                                   | D3<br>D5 |
| Probas de resposta longa, de desenvolvemento | O apartado teórico será avaliado ca realización dun exame sobre os contidos explicados nas sesións maxistrais.                                                        | 40            | C2<br>C4<br>C8                        | D3<br>D5 |

#### Outros comentarios sobre a Avaliación

Por tratarse dunha materia que require a presenza dos alumnos para a realización dos traballos prácticos, valorarase a asistencia regular a clase.

#### 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-ALBERTOS, J. (2015). *Los votantes de Podemos: del partido de los indignados al partido de los excluidos*. Madrid: Catarata.
- 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.
- GIL, I. E IGLESIAS, P. (2015): *Biografía política urgente*. Iván Gil, Pablo Iglesias. Stella Maris. Barcelona.
- 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.
- PENA RODRÍGUEZ, A. e PAULO, H. (2016): *A cultura do poder. A propaganda nos Estados autoritarios*. Coimbra: Coimbra University Press.

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.

RIVERO, J. (2015): *Podemos. Objetivo: asaltar los cielos*. Jacobo Rivero. Planeta. Barcelona.

SUN TZU (2001): *El Arte de la Guerra*. Madrid: Edaf.

RÚAS, Xosé, e PENA, Alberto (2004). *Como gañar ou perder unhas eleccións. Comunicación, política e propaganda nos comicios galegos de 2001*. Santiago de Compostela: Edicións Lea.

THOMPSON, J. (2001). *El escándalo político. Poder y visibilidad en la era de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.

TORREBLANCA, J. I. (2015): *Asaltar los cielos: Podemos o la política después de la crisis*. Debate. Barcelona.

---

**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

---