



## 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 | Castelán<br>Galego                                                                                                                                                                                                                                                           |        |       |              |
| Departamento          | Comunicación audiovisual e publicidade                                                                                                                                                                                                                                       |        |       |              |
| Coordinador/a         |                                                                                                                                                                                                                                                                              |        |       |              |
| Profesorado           |                                                                                                                                                                                                                                                                              |        |       |              |
| Correo-e              |                                                                                                                                                                                                                                                                              |        |       |              |
| 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 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 |                                                                                                                                                                                                                                      |
| 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             |
| 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 organizaciónes                                                          |                                       | C12            |
| Analizar e avaliar a comunicación estratéxica das organizaciónes políticas                                                     |                                       | C4<br>C8<br>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

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

## 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<br>D5 |
| Exame de preguntas de desenvolvemento | O apartado teórico será avaliado ca realización dun exame sobre os contidos explicados nas sesións maxistras.                                                         | 40            |    | C2<br>C4<br>C8                        | D3<br>D5 |

#### Outros comentarios sobre a Avaliación

#### 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 propaganda**, 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 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
- PIZARROSO QUINTEIRO, A., **Historia de la propaganda**, Eudema, 1990
- PRATKANIS, A.R. e ARONSON, E., **La era de la propaganda. Uso y abuso de la persuasión**, Paidós, 1994
- SUN TZU, **El arte de la guerras**, Edaf, 2001
- RÚAS, X. e PENA, A., **Cómo ganar ou perder unhas eleccións**, Edicións Lea, 2004
- HUICI MÓDENES, A., **Teoría e historia de la propaganda**, Ediciones Alfar,
- 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., **Comunicación y guerra en la historia**, Tórculo, 2004
- PENA RODRÍGUEZ, A. y PAULO, H., **A cultura do poder. A propaganda 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 propaganda e a publicidade/P04G190V01204
- Comunicación: Imaxe corporativa/P04G190V01303