



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Comunicación: Historia da propaganda e a publicidade

Materia	Comunicación: Historia da propaganda e a publicidade			
Código	P04G190V01204			
Titulación	Grao en Publicidade e Relacións Públicas			
Descritores	Creditos ECTS 6	Carácter FB	Curso 1	Cuadrimestre 2c
Lingua impartición	Castelán Galego			
Departamento	Comunicación audiovisual e publicidade			
Coordinador/a	Formoso Vázquez, David Elisardo			
Profesorado	Formoso Vázquez, David Elisardo García Pinal, Alfredo Montero Campos, María Eugenia			
Correo-e	davidformoso@uvigo.es			
Web				
Descrición xeral	A materia Historia da Propaganda e da Publicidade pretende ofrecer unha visión histórica destes dous fenómenos da comunicación persuasiva, con especial atención ás técnicas que se empregaron en cada etapa e ó contexto cultural, social e político no que se utilizaban. O obxectivo é facilitar ós estudantes referentes claros da evolución da propaganda e a publicidade, como modelos de comunicación esenciais no proceso de formación humanística e profesional. Os contidos da asignatura combinan a formación teórica coa práctica por medio da realización de actividades formativas orientadas á adquisición de habilidades e técnicas comunicativas.			

## Competencias

Código		Tipoloxía
CB3	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.	• Saber estar / ser
CG3	Competencia interpretativa do entorno: capacidade para interpretar, analizar e interpretar o entorno económico, político, socio-cultural, tecnolóxico e comunicativo.	• saber
CE1	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.	• saber
CE9	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.	• saber
CT3	Competencias colaborativas: capacidade de adaptación aos obxectivos e valores organizativos e de traballo en equipo.	• Saber estar / ser
CT4	Competencias directivas: capacidade para administrar o tempo, con habilidade para a organización de tarefas.	• Saber estar / ser

## Resultados de aprendizaxe

Resultados de aprendizaxe	Competencias
Identificar e describir os referentes históricos da actividade propagandística e publicitaria	CB3
Diferenciar as principais categorías e modelos históricos da comunicación persuasiva	CB3
Interpretar a evolución histórica dos procesos e linguaxes da comunicación persuasiva e as súas aplicacións prácticas, cun sentido rexional, nacional e internacional.	CB3 CG3 CE1

Analizar as dimensións psicolóxicas e sociolóxicas do fenómeno propagandístico desde un punto de vista histórico	CB3
Desenvolver tipoloxías e clasificacións coherentes sobre a estrutura dos métodos propagandísticos e publicitarios.	CB3 CG3
Lembrar e interpretar a evolución das estratexias persuasivas, así como os métodos do pensamento creador publicitario nas diferentes sociedades	CB3 CE9
Adaptarse aos diferentes contornos profesionais en función da evolución histórica da comunicación persuasiva	CB3
Interpretar correctamente a contorna política, social, cultural e económico, relacionando causas e efectos, cun sentido diacrónico e sincrónico	CB3 CG3
Aprender a traballar en equipo, con capacidade de adaptación para alcanzar os obxectivos académicos	CT3
Desenvolver habilidades para realizar tarefas prácticas xestionando o tempo de forma eficaz.	CT4

## Contidos

Tema	
Introducción	- Categorización do concepto de propaganda - Categorización do concepto de publicidade
As primeiras manifestacións da propaganda	- Idade antiga - Idade Media e Moderna
A propaganda nas grandes revolucións	- A Revolución Americana - A Revolución Francesa - O Imperio napoleónico - A Revolución de Outubro
A propaganda nas grandes guerras	- A Primeira Guerra Mundial - A Guerra Civil española - A Segunda Guerra Mundial
Antecedentes e orixes da publicidade	- O mundo antigo - A Idade Media - Da Imprenta á Revolución Industrial
O nacemento e consolidación da actividade publicitaria	- Publicidade e industrialización dos medios de comunicación: fotografía, telégrafo... - A consolidación da actividade publicitaria: xornais, revistas, primeiras axencias...
A publicidade na primeira metade do século XX	- A Publicidade e o Crack do 29 - A publicidade nas guerras mundiais - A aparición do cine e a radio
A publicidade a partir dos anos 50: a era do consumo masivo	- A evolución da publicidade televisiva - A evolución de internet como medio publicitario - Outros medios publicitarios

## Planificación docente

	Horas na aula	Horas fóra da aula	Horas totais
Seminario	5	10	15
Traballos de aula	5	10	15
Presentación	4	8	12
Debate	6	12	18
Estudo de casos	5	10	15
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.

<b>Metodoloxía docente</b>	
	Descrición
Seminario	Centraranse en temas monográficos da materia, que poidan ser analizados cunha maior profundidade en grupos reducidos
Traballos de aula	Serán de carácter individual e colectivo e servirán para poñer en práctica os coñecementos adquiridos
Presentación	Os alumnos deben aprender a desenvolverse con fluidez á hora de falar en público e expoñer os traballos que se vaian realizando, tanto de carácter teórico como práctico.
Debate	Os alumnos teñen que ser capaces de defender con eficacia os seus prantexamentos, dun xeito argumentado e convincente
Estudo de casos	Estudiaranse exemplos concretos, ao longo da historia da publicidade e da propaganda, que poidan contribuír a unha maior e mellor comprensión da materia
Lección maxistral	A parte teórica da materia explicárase en varias sesións de carácter maxistral, que fomentará especialmente a participación dos alumnos, e co apoio de abundante material audiovisual.

<b>Atención personalizada</b>	
Metodoloxías	Descrición
Estudo de casos	Atención en horario de titorías
Presentación	Atención en horario de titorías
Seminario	Atención en horario de titorías
Traballos de aula	Atención en horario de titorías

<b>Avaliación</b>			
	Descrición	Cualificación	Competencias Avaliadas
Traballos de aula	A evolución dos coñecementos realizarase mediante un seguimento continuo dos disitintos traballos prácticos que se vaian realizando. Neste apartado estarán incluídos os estudos de caso, as presentacións, os debates e todo o relacionado co apartado práctico da materia.	50	CB3 CG3 CE1 CE9 CT3 CT4
Exame de preguntas de desenvolvemento	O apartado teórico será avaliado cun exame sobre os contidos explicados nas sesións maxistrais	50	CB3 CE1 CE9

### **Outros comentarios sobre a Avaliación**

#### **Bibliografía. Fontes de información**

##### **Bibliografía Básica**

- Checa Godoy, Antonio, Historia de la publicidad, Netbiblo, 2007, A Coruña
- De Las Heras, Carlos (coord.), La década de oro de la publicidad en España, 1ª edición, Ayuntamiento de Málaga, 2000, Málaga
- Eguizábal Maza, Raúl, Historia de la publicidad, Eresma & Celeste, 1998, Madrid
- Eguizábal Maza, Raúl, Industrias de la Conciencia. Una historia social de la publicidad en España (1975-2009), Ediciones Península, 2009, Barcelona
- Montero, Mercedes (et al.), De la nada al consumo. Historia de la Publicidad y de las Relaciones Públicas en España. Vols I y II, Comunicación Social, 2010, Sevilla
- Pena Rodríguez, Alberto, Salazar y Franco. La alianza del fascismo ibérico contra la España democrática: diplomacia, prensa y propaganda, Ediciones Trea, 2017, Gijón
- Pena Rodríguez, Alberto (coord.), Comunicación y guerra en la historia, Tórculo, 2004, Santiago de Compostela
- Pena Rodríguez, Alberto (coord.), La publicidad en la prensa de Pontevedra, Deputación Provincial de Pontevedra, 2005, Pontevedra
- Pena Rodríguez, Alberto (coord.), La publicidad en la televisión, Deputación Provincial de Pontevedra, 1999, Pontevedra
- Pena Rodríguez, Alberto (coord.), La publicidad en la radio, Deputación Provincial de Pontevedra, 1998, Pontevedra
- Pena Rodríguez, Alberto, y Heloisa Paulo (coords.), A cultura do poder. A propaganda nos estados autoritarios, Imprensa da Universidade de Coimbra, 2016, Coimbra
- Pizarroso Quintero, Alejandro, Historia de la propaganda, 2ª edición, Eudema, 1992, Madrid
- Timoteo Álvarez, Jesús, Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX con proyección al siglo XXI, Editorial Universitas, 2012, Madrid
- Sánchez Guzmán, J. R., Breve historia de la publicidad, Forja, 1982, Madrid

**Bibliografía Complementaria**

Medina, Agustín, Apuntes para un cambio de siglo publicitario, Cinca, 2004, Madrid

---

**Recomendacións****Materias que continúan o temario**

Elaboración da mensaxe publicitaria/P04G190V01401

Estratexias da comunicación publicitaria/P04G190V01402

---

**Materias que se recomenda cursar simultaneamente**

Comunicación: Teoría e historia da comunicación/P04G190V01104

Comunicación: Teoría e técnica da imaxe/P04G190V01106

Teoría e práctica da comunicación publicitaria/P04G190V01105

Teoría e práctica das relacións públicas/P04G190V01205

---