



## DATOS IDENTIFICATIVOS

### Comunicación: Historia de la propaganda y la publicidad

|                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                  |            |                    |
|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|------------|--------------------|
| Asignatura             | Comunicación:<br>Historia de la<br>propaganda y la<br>publicidad                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                  |            |                    |
| Código                 | P04G190V01204                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                  |            |                    |
| Titulación             | Grado en<br>Publicidad y<br>Relaciones<br>Públicas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                  |            |                    |
| Descriptores           | Creditos ECTS<br>6                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Seleccione<br>FB | Curso<br>1 | Cuatrimestre<br>2c |
| Lengua<br>Impartición  | Gallego                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                  |            |                    |
| Departamento           | Comunicación audiovisual y publicidad                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                  |            |                    |
| Coordinador/a          | Pena Rodríguez, Alberto                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                  |            |                    |
| Profesorado            | Bastón Carballo, María Susana<br>Pena Rodríguez, Alberto                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                  |            |                    |
| Correo-e               | alberto@uvigo.es                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                  |            |                    |
| Web                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                  |            |                    |
| Descripción<br>general | La materia Historia de la Propaganda y de la Publicidad pretende ofrecer una visión histórica de estos dos fenómenos de la comunicación persuasiva, con especial atención a las técnicas que se emplearon en cada etapa y al contexto cultural, social y político en el que se utilizaban. El objetivo es facilitar a los estudiantes referentes claros de la evolución de la propaganda y la publicidad, como modelos de comunicación esenciales en el proceso de formación humanística y profesional. Los contenidos de la asignatura combinan la formación teórica con la práctica por medio de la realización de actividades formativas orientadas a la adquisición de habilidades y técnicas comunicativas. |                  |            |                    |

## 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. |  |  |  |
| B3     | Competencia interpretativa del entorno: capacidad para analizar e interpretar el entorno económico, político, socio-cultural, tecnológico y comunicativo.                                                                               |  |  |  |
| C1     | Conocimiento de la evolución histórica de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas, así como de los aspectos industriales, socio-políticos y estéticos que inciden en sus elementos, formas y procesos.                |  |  |  |
| C9     | Conocimiento de las estrategias de comunicación y su desarrollo creativo, aplicables en todo tipo de organizaciones, así como de las metodologías necesarias para su análisis, auditoría y evaluación.                                  |  |  |  |
| D3     | Competencias colaborativas: capacidad de adaptación a los objetivos y valores organizacionales y de trabajo en equipo                                                                                                                   |  |  |  |
| D4     | Competencias directivas: capacidad para gestionar el tiempo, con habilidad para la organización de tareas.                                                                                                                              |  |  |  |

## Resultados previstos en la materia

| Resultados previstos en la materia                                                                                                                                            | Resultados de Formación y Aprendizaje |    |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|----|----|
| Identificar y describir los referentes históricos de la actividad propagandística y publicitaria                                                                              | A3                                    |    |    |
| Diferenciar las principales categorías y modelos históricos de la comunicación persuasiva                                                                                     | A3                                    |    |    |
| Interpretar la evolución histórica de los procesos y lenguajes de la comunicación persuasiva y sus aplicaciones prácticas, con un sentido regional, nacional e internacional. | A3                                    | B3 | C1 |
| Analizar las dimensiones psicológicas y sociológicas del fenómeno propagandístico desde un punto de vista histórico                                                           | A3                                    |    |    |
| Desarrollar tipologías y clasificaciones coherentes sobre la estructura de los métodos propagandísticos y publicitarios.                                                      | A3                                    | B3 |    |
| Recordar e interpretar la evolución de las estrategias persuasivas, así como los métodos del pensamiento creador publicitario en las diferentes sociedades                    | A3                                    |    | C9 |

|                                                                                                                                                    |    |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|----|
| Adaptarse a los diferentes contornos profesionales en función de la evolución histórica de la comunicación persuasiva                              | A3 |    |
| Interpretar correctamente el entorno político, social, cultural y económico, relacionando causas y efectos, con un sentido diacrónico y sincrónico | A3 | B3 |
| Aprender a trabajar en equipo, con capacidad de adaptación para alcanzar los objetivos académicos                                                  |    | D3 |
| Desarrollar habilidades para realizar tareas prácticas gestionando el tiempo de forma eficaz.                                                      |    | D4 |

## Contenidos

|                                                                    |                                                                      |
|--------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|
| Tema                                                               |                                                                      |
| Introducción                                                       | - Categorización del concepto de propaganda                          |
|                                                                    | - Categorización del concepto de publicidad                          |
| Las primeras manifestaciones de la propaganda                      | - Edad antigua                                                       |
|                                                                    | - Edad Media y Moderna                                               |
| La propaganda en las grandes revoluciones                          | - La Revolución Americana                                            |
|                                                                    | - La Revolución Francesa                                             |
|                                                                    | - El Imperio napoleónico                                             |
|                                                                    | - La Revolución de Octubre                                           |
| Propaganda, guerra y autoritarismos                                | - La Primera Guerra Mundial                                          |
|                                                                    | - El fascismo italiano.                                              |
|                                                                    | - El nazismo alemán.                                                 |
|                                                                    | - La Guerra Civil Española.                                          |
|                                                                    | - La Segunda Guerra Mundial.                                         |
|                                                                    | - El franquismo.                                                     |
|                                                                    | - La Guerra Fría.                                                    |
| La publicidad en la historia: de los orígenes a la era de internet | - El nacimiento de la publicidad.                                    |
|                                                                    | - La industrialización y consolidación de la actividad publicitaria. |
|                                                                    | - La publicidad en la primera mitad del siglo XX.                    |
|                                                                    | - La publicidad en la era del consumo masivo.                        |

## Planificación

|                                   | Horas en clase | Horas fuera de clase | Horas totales |
|-----------------------------------|----------------|----------------------|---------------|
| Seminario                         | 8              | 25                   | 33            |
| Trabajo tutelado                  | 8              | 25                   | 33            |
| Trabajo tutelado                  | 8              | 34                   | 42            |
| Lección magistral                 | 24             | 12                   | 36            |
| Examen de preguntas de desarrollo | 2              | 4                    | 6             |

\*Los datos que aparecen en la tabla de planificación son de carácter orientativo, considerando la heterogeneidad de alumnado

## Metodologías

|                   | Descripción                                                                                                              |
|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Seminario         | Se centrarán en temas monográficos de la materia que puedan ser analizados con una mayor profundidad en grupos reducidos |
| Trabajo tutelado  | Serán de carácter colectivo y servirán para poner en práctica los conocimientos adquiridos                               |
| Trabajo tutelado  |                                                                                                                          |
| Lección magistral |                                                                                                                          |

## Atención personalizada

| Metodologías     | Descripción                     |
|------------------|---------------------------------|
| Seminario        | Atención en horario de tutorías |
| Trabajo tutelado | Atención en horario de tutorías |
| Trabajo tutelado |                                 |

## Evaluación

| Descripción                                                                                                                                                                                                                                 | Calificación | Resultados de Formación y Aprendizaje |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|---------------------------------------|
| Trabajo tutelado La evaluación de los conocimientos, en el marco de las clases de seminario, se realizará mediante un seguimiento continuo. Se hará un primer trabajo de carácter empírico de acuerdo *cas *instruccions del/a profesor/la. | 30           | A3 B3 C1 D3<br>C9 D4                  |
| Trabajo tutelado La evaluación de los conocimientos, en el marco de las clases de seminario, se realizará mediante un seguimiento continuo. Se hará un segundo trabajo de carácter teórico de acuerdo *cas *instruccions del/a profesor/la. | 30           | A3 B3 C1 D3<br>C9 D4                  |
| Examen de preguntas de desarrollo El examen teórico consistirá en *duas preguntas sobre los contenidos de la materia, a responder *num tiempo máximo de una hora.                                                                           | 40           | A3 C1<br>C9                           |

### Otros comentarios sobre la Evaluación

**EVALUACIÓN CONTINUA** Los estudiantes deberán entregar los trabajos siguiendo las instrucciones del profesor en las fechas señaladas. En los trabajos se valorará especialmente que tengan una \*estructura analítica, reflexión crítica y el uso de fuentes diversas con rigor académico. La nota final de la \*asignatura será el resultado de la suma de las puntuaciones de los trabajos prácticos y el examen teórico. El estudiante deberá obtener una calificación mínima del 50% en cada una de las pruebas. La información sobre las pruebas de evaluación, su formato, extensión, rúbrica de \*nbps; evaluación y canales de entrega serán detalladas a través de la plataforma \*Moovi. ES \*nbps; responsabilidad del alumno o alumna estar atento a la información subida y recopilar \*nbps; la información específica y complementaria que sea precisa para superar la materia.

**EVALUACIÓN GLOBAL DE La MATERIAL** La prueba de evaluación global se realizará en la fecha y horarios previstos por el centro en el \*nbps; calendario de exámenes oficial. El estudiante deberá superar todas y cada una de las pruebas \*nbps; de evaluación previstas que se detallan a continuación obteniendo una calificación \*nbps; mínima del 50% de los puntos en cada una de ellas. \*nbps; Breve descripción de las pruebas

**Prueba 1. Examen teórico.** Se realizará el examen teórico previsto para la materia tanto para \*nbps; la evaluación global como continua. El examen será evaluado con las mismas pautas para \*nbps; todo el alumnado. El examen tiene un valor del 40% sobre el total de la nota siendo preciso obtener \*nbps; una calificación mínima de la mitad de la puntuación para aprobar esta parte. Una calificación \*nbps; inferior no servirá como media con las otras pruebas.

**Prueba 2. Trabajos prácticos.** Hacer entrega de dos trabajos propuestos por el docente. Cada uno de los trabajos (2) tiene un valor máximo del 30% sobre el total de la calificación (60%). Debe \*nbps; obtenerse una calificación mínima de la mitad de la puntuación en cada uno de los trabajos para superar \*nbps; esta parte. Una calificación inferior no servirá como media con las otras pruebas. Los \*nbps; trabajos serán entregados en la fecha y horario del examen. El detalle de los contenidos de los \*nbps; trabajos, metodologías y criterios de evaluación serán facilitados a los estudiantes de \*nbps; evaluación global una vez rematado el plazo de renuncia expresa a la evaluación continua. El alumnado deberá informar al docente de su renuncia expresa al sistema de \*nbps; evaluación continua en el plazo establecido por el centro, cubriendo y \*nbps; firmando el documento habilitado para tal fin.

### Fuentes de información

#### Bibliografía Básica

Checa Godoy, Antonio, **Historia de la publicidad**, Netbiblo, 2007

De Las Heras, Carlos (coord.), **La década de oro de la publicidad en España**, 1ª edición, Ayuntamiento de Málaga, 2000

Eguizábal Maza, Raúl, **Historia de la publicidad**, Eresma y Celeste, 1998

Eguizábal Maza, Raúl, **Industrias de la Conciencia. Una historia social de la publicidad en España (1975-2009)**, Ediciones Península, 2009

Montero, Mercedes (coord.), **De la nada al consumo. Historia de la Publicidad y de las Relaciones Públicas en España. Vols I y II**, Comunicación Social, 2010

Pena Rodríguez, Alberto, **Salazar y Franco. La alianza del fascismo ibérico contra la España republicana: diplomacia, prensa y propaganda**, Ediciones Trea, 2017

Pena Rodríguez, Alberto (coord.), **Comunicación y guerra en la historia**, Tórculo, 2004

Pena Rodríguez, Alberto (coord.), **La publicidad en la prensa de Pontevedra**, Deputación Provincial de Pontevedra, 2005

Pena Rodríguez, Alberto (coord.), **La publicidad en la televisión**, Deputación Provincial de Pontevedra, 1999

Pena Rodríguez, Alberto (coord.), **La publicidad en la radio**, Deputación Provincial de Pontevedra, 1998

Pizarroso Quintero, Alejandro, **Historia de la propaganda**, 2ª edición, Eudema, 1992

Timoteo Álvarez, Jesús, **Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX con proyección al siglo XXI**, Editorial Universitas, 2012

Sánchez Guzmán, J. R., **Breve historia de la publicidad**, Forja, 1982

Huici Módenes, Adrián, **Guerra y propaganda en el siglo XXI: nuevos mensajes y viejas guerras**, Ediciones Alfara, 2010

Huici Módenes, Adrián, **Teoría e historia de la propaganda**, Síntesis, 2017

#### Bibliografía Complementaria

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

Pena Rodríguez, Alberto, y Heloisa Paulo (coords.), **A cultura do poder. A propaganda nos estados autoritários**, Imprensa da Universidade de Coimbra, 2016

Ellul, Jacques, **Historia de la propaganda**, Monte Ávila, 1970

Sevillano Calero, Francisco,, **Propaganda y medios de comunicación en el franquismo**, Universidad de Alicante, 1998

Tranche, Rafael, e Sánchez Biosca, Jesús, **NO-DO. El tiempo y la memoria**, Cátedra-Filmoteca Española, 2002

Weber, Thomas, **De Adolf a Hitler: la construcción de un nazi**, Taurus, 2018

Da Costa, Marco, **Ideología y propaganda en el cine del Tercer Reich : cuando el cine alemán se afilió al nazismo**, Comunicación Social, 2014

Sampedro, Víctor, **Comunicación y sociedad: opinión pública y poder**, UOC, 2021

Pena Rodríguez, Alberto, **News on the American dream. A history of the Portuguese press in the United States**, University of Massachusetts Press, 2020

Pena Rodríguez, Alberto et al. ( coord.), **Comunicación social e opinión pública nas dictaduras. Idearios, narrativas e representações**, REFAT-Universidade de Vigo, 2021

Pena Rodríguez, Alberto, **Comunicar en la diáspora. Prensa, periodismo, radio, exilio y propaganda entre los inmigrantes portugueses en Estados Unidos (1877-1950)**, Comares, 2021

Pineda Cachero, Antonio, **Elementos para una teoría comunicacional de la propaganda**, Alfar, 2006

## Recomendaciones

### Asignaturas que continúan el temario

Elaboración del mensaje publicitario/P04G190V01401

Estrategias de la comunicación publicitaria/P04G190V01402

### Asignaturas que se recomienda cursar simultáneamente

Comunicación: Teoría e historia de la comunicación/P04G190V01104

Comunicación: Teoría y técnica de la imagen/P04G190V01106

Teoría y práctica de la comunicación publicitaria/P04G190V01105

Teoría y práctica de las relaciones públicas/P04G190V01205