

HISTORIA DE LA PROPAGANDA - 803601

Curso Académico 2019-20

Datos Generales

Plan de estudios: 0852 - GRADO EN PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

Carácter: Optativa

ECTS: 6.0

SINOPSIS

COMPETENCIAS

Generales

Identificar los hitos de la propaganda a lo largo de la Historia

Transversales

Conocer los periodos en los que se divide la Historia, las causas que permiten pasar de una etapa a otra y el papel que la propaganda ha tenido en cada una.

Específicas

Poder analizar a partir de un modelo teórico las estrategias de propaganda puestas en práctica por instituciones políticas, religiosas y militares.

ACTIVIDADES DOCENTES

Clases teóricas

Exposición del profesor de los conceptos básicos de la propaganda e introducción de los períodos históricos clave.

Seminarios

Discusión de modelos propagandísticos en cada etapa de estudio.

Clases prácticas

Ejercicios en los que los alumnos aplican los conceptos teóricos frente a ejercicios concretos y reales de comunicación propagandística. Análisis y discusión crítica; presentación de modelos alternativos.

Trabajos de campo

Visitas a edificios, espacios y monumentos emblemáticos con proyección propagandística.

Exposiciones

Los alumnos expondrán en clase algunos de los ejercicios que hagan fuera del aula.

PRESENCIALES

BREVE DESCRIPTOR:

Historia de la Propaganda es una asignatura optativa que pretende ofrecer a los alumnos una visión general de las técnicas básicas de la propaganda política, religiosa y de guerra y de su evolución a lo largo de la Historia, muy particularmente a lo largo del último siglo.

REQUISITOS

Ninguno

OBJETIVOS

1.- Presentar a los alumnos las diferencias y similitudes conceptuales y prácticas entre Propaganda, Publicidad e Información periodística con el fin de que en su desempeño profesional puedan manejar técnicamente cada una de ellas evitando confusiones y deformaciones que degradan el ejercicio profesional e incluso son susceptibles de ser sancionadas en distintos ámbitos, incluido el judicial.

2.- Exponer a los alumnos la evolución histórica general de la propaganda política, religiosa y, muy especialmente, de guerra.

3.- Introducir a los alumnos en las reglas y técnicas básicas de la praxis propagandística desarrolladas a lo largo del tiempo a través de ejemplos pasados y presentes.

4.- Presentar a los alumnos algunos casos prácticos de estrategias y tácticas propagandísticas desplegadas en situaciones de crisis o de especial relevancia (campañas electorales, por ejemplo) en el último siglo con el fin de desarrollar las habilidades y competencias necesarias para estructurar y analizar modelos propagandísticos.

CONTENIDO

TEMA 1.- INTRODUCCIÓN Y CONCEPTOS BÁSICOS

- La mala prensa de la propaganda. Definición y evolución del concepto
- Propaganda, periodismo, publicidad y desinformación
- Public Diplomacy
- Censura e información
- Historia de la Propaganda como disciplina

TEMA 2.- FORMAS Y TÉCNICAS DE LA PROPAGANDA: Clasificación

- Según el "tempo": Agitación/ propaganda
- Según el emisor: Propaganda blanca, gris y negra

- Según el contenido: Propaganda religiosa, política y de guerra
- Según el mensaje: Explícito, implícito y subliminal
- Según el sentido: vertical y horizontal

TÉCNICAS y CANALES

- Simplificación
- Enemigo único
- Exageración y desfiguración
- Orquestación
- Unanimidad y Contagio
- Transfusión
- Contrapropaganda

TEMA 3.-PROPAGANDA: EVOLUCIÓN HISTÓRICA

- La propaganda política, religiosa y de guerra en la Antigüedad.
- Egipto
- Grecia
- Roma
- Edad Media. El monopolio persuasivo de la Iglesia Católica
- La teoría de los Tres Órdenes y la importancia del silencio
- Las Cruzadas. Propaganda religiosa y guerra santa
- Los cantares de gesta al final del medioevo.
- Reforma Protestante y Guerras de Religión
- La Sacra Congregación de la Propaganda Fide y su evolución histórica
- El descrédito de la propaganda en los países del ámbito protestante
- La propaganda Napoleónica
- Revolución Industrial y propaganda de masas. El factor técnico en la persuasión

TEMA 4.- DE LA IGM HASTA HOY. EDAD DE ORO DE LA PROPAGANDA POLÍTICA Y DE GUERRA

- Primera Guerra Mundial. La propaganda como ciencia.
- Los totalitarismos políticos y la propaganda (fascismo, nazismo y comunismo)

- Guerra Civil Española. El auge de la propaganda radiofónica y cinematográfica
- Segunda Guerra Mundial. El triunfo de las relaciones públicas.
- Guerra de Corea. Propaganda en operaciones multinacionales durante la Guerra Fría.
- Guerra de Vietnam. Los errores del modelo de propaganda de EEUU
- Malvinas/Falklands: El triunfo del pool como estrategia propagandística
- Política, religión y propaganda tras la caída del Muro de Berlín
- Nuevas guerras, vieja propaganda. La persuasión post guerra fría
- Comunicación política y campañas electorales

ADENDA COVID-19

Las clases de la asignatura de Historia de la Propaganda Grupo B del Grado de Publicidad y Relaciones Públicas concluirán el martes día 5 de mayo de 2020. En las semanas que restan hasta esa fecha se continuarán subiendo temas al Campus Virtual para completar el temario de la asignatura.

En cuanto a la evaluación y siguiendo las recomendaciones de las autoridades académicas, cada semana a partir de la próxima que se inicia el lunes 20, haremos distintos ejercicios que servirán para poder hacer una evaluación continua que a todos los efectos sustituirá al examen final originalmente previsto. Esto quiere decir que la realización de los tres ejercicios es imprescindible para poder superar la asignatura en esta modalidad de evaluación continua. Para la nota final de la asignatura, cada uno de esos ejercicios representará un 33,3% de la nota final

BIBLIOGRAFÍA

- PIZARROSO QUINTERO, A: *Historia de la propaganda. Notas para un estudio de la propaganda política y de guerra*, Madrid, Eudema, 1993 (2^a ed. ampliada, 1^a ed. 1990)
- PIZARROSO QUINTERO, Alejandro, *Nuevas guerras, vieja propaganda*, Madrid, Cátedra, 2005.
- PIZARROSO QUINTERO, A y SAPAG, PABLO: “Propaganda y diplomacia. Proyección exterior de la España franquista (1936-1945)”, en Antonio César Moreno Cantano (coord..) *Propagandistas y diplomáticos al servicio de Franco (1936-1945)*, Gijón, Trea, 2012, pp. 21-54.. ISBN: 978-54-9704-653-4
- GUERRA GÓMEZ, A. Y SAPAG, P.: “Raza, élite y liderazgo: la imagen de Obama como propaganda de Estado”, *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, 2013
- SAPAG MUÑOZ DE LA PEÑA, Pablo: *Chile, frente de combate de la guerra civil española*, Valencia, Interciencias-UNED, 2003.
- SAPAG MUÑOZ DE LA PEÑA, Pablo: “Kosovo y los guardianes de la libertad. Vigencia de Chomsky en la pos guerra fría”, en VÁZQUEZ, Miguel y SIERRA, Francisco (coords.): *La construcción del consenso. Revisitando el modelo de propaganda de Noam Chomsky y Edward S. Herman*, Madrid, Siranda, 2006, pp. 167-

192.

- SAPAG MUÑOZ DE LA PEÑA, Pablo: “Desinformación exógena y endógena en la guerra de Kosovo” en La convergencias de la Comunicación. Problemas y perspectivas investigadoras, Madrid, Fundación General Universidad Complutense, 2000, pp. 437-442
- SCHULZE SCHNEIDER, Ingrid: El poder de la propaganda en las guerras del siglo XIX, Arco Libros, Madrid 2001.
- SCHULZE SCHNEIDER, Ingrid: “Guerra y Comunicación: una relación compleja”, Historia del Periodismo Universal, Síntesis, Barcelona, 1999, pp. 137-184.
- TAYLOR, Philip M: Munitions of the mind. A history of propaganda from the anciente world to the present day, Manchester University Press, 2003.

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

Departamento de Periodismo y Comunicación Global
Facultad de Ciencias de la Información
Teléfono: 91 3942202

Estructura

Módulos	Materias
TEORÍA Y ESTRUCTURA DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA	TEORÍA E HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN PUBLICITARIA

Grupos

Clases teóricas y/o prácticas

Grupo	Periodos	Horarios	Aula	Profesor
GRUPO B	20/01/2020 - 01/05/2020	LUNES 13:00 - 15:00 MARTES 13:00 - 15:00	536	Armando Recio Armando Recio