POLEMOS
—POLITIC—

LECCIÓN 4.3

La propaganda organizada de la Primera Guerra Mundial

Módulo 4 · Capítulo 10 · L31 de 38

Organizar la influencia

DIRECCIÓN	PRODUCCIÓN	DISTRIBUCIÓN	RECEPCIÓN
Fija el propósito	Prepara mensajes	Abre el acceso	Responde al mensaje

Coordinar evita contradicciones.
La autonomía permite atender públicos distintos.

Lasswell, cap. II, pp. 16–18 / PDF 32–34. Guía G2.

La cronología pone límites

GRAN BRETAÑA

1914 Wellington House
1917 Departamento de Información
1918 Ministerio de Información

ESTADOS UNIDOS · 1917

6 ABRIL
Declaración de guerra

13 ABRIL
Creación del CPI

El CPI se creó después de la declaración de guerra.

Lasswell, pp. 18–21; Altenhöner, pp. 1–2; NARA, RG 63. Guía G1.

Wellington House y sus intermediarios

CHARLES MASTERMAN · DESDE 1914

La oficina

Encarga publicaciones
Orienta la causa británica
Busca públicos extranjeros

La red de acceso

Escritores y editores
Contactos y distribución
Patrocinio poco visible

Credibilidad prestada por el intermediario: efecto por comprobar.

Lasswell, p. 19 / PDF 35; Altenhöner, pp. 1–2. Guía G3.

Una guerra presentada como reconstrucción



George Clausen, 1917. Museum Wales, DA008049. Guía G4; fuente F7.

La reconstrucción de Bélgica

OBSERVAMOS
Trabajadores · materiales
Andamios · construcción

El título vincula la causa con una promesa de reparación.

Una obra puede recibir respuestas distintas

Huella	Qué permite afirmar
Reseña favorable o crítica	La valoración de ese crítico
Ventas bajo lo previsto	Un resultado comercial débil
Cambio de apoyo a la guerra	Requiere evidencia adicional

No existe una equivalencia automática entre estas medidas.

Museum Wales, Britain’s Efforts and Ideals. Guía G4 y G7.

El comité de George Creel

CPI · COMMITTEE ON PUBLIC INFORMATION

Prensa e impresos
Imágenes y cine
Oradores

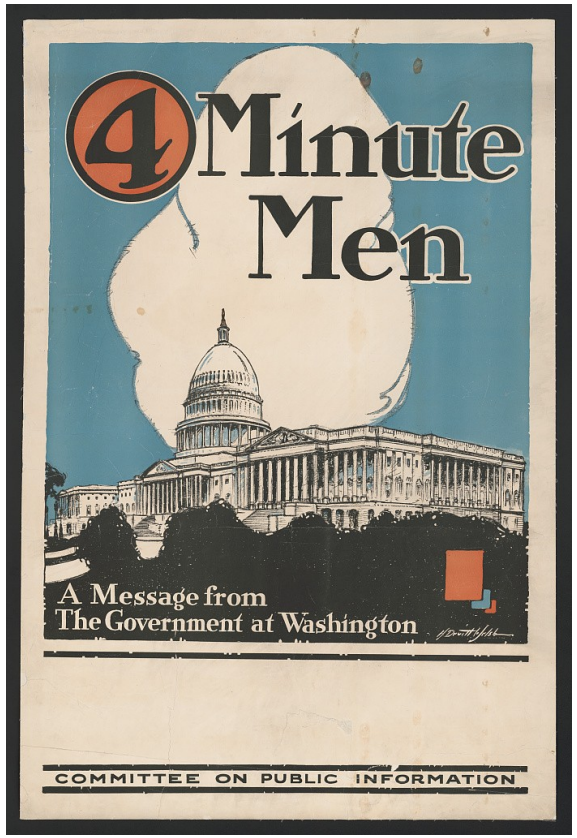
Informar y movilizar apoyo
a una guerra ya declarada.

Creel: misión educativa.
Archivo: también censura voluntaria.

Información seleccionada puede servir a un propósito persuasivo.

Creel, 1920, pp. 3–9; NARA, RG 63, §63.1. Guía G5.

Four Minute Men



Autoridad visible

Capitolio
Mensaje del Gobierno
Intervención breve

Una voz local ante un público ya reunido.

H. Devitt Welsh, 1917. Library of Congress, LCCN 2003652827. Guía G6.

Dirección central y voz local

BOLETÍN CENTRAL

Tema y orientación común

PORTAVOZ LOCAL

Adaptación al público concreto

La prensa anuncia · La charla explica
El impreso amplía

Benson reconstruye conexiones; no mide una conversión individual.

Creel, pp. 3–9; Benson, 2012, §§4–6.3. Guía G6–G7.

Tres preguntas para leer las fuentes

Fuente	Pregunta que ayuda a responder
Creel	¿Cómo justificaba su misión?
Lasswell	¿Cómo se relaciona con guerra y economía?
Benson	¿Cómo circulaba entre medios?

Una compra posterior no demuestra por sí sola qué la causó.

Creel, pp. 3–9; Lasswell, p. 214 / PDF 230; Benson, §§4–6. Guía G7.

Aplicar sin exagerar la conclusión

CASO FICTICIO

1.200

asistencias acumuladas

180

compradores de bonos

Falta relacionar personas, exposición y compra.
También cambiaron los incentivos.

Caso didáctico ficticio. Datos completos, preguntas y solución: guía G9–G10.

Organización e intermediarios abren el acceso al público.
El efecto necesita evidencia.

SIGUIENTE · 4.4
Propaganda nazi
y estalinista

Cierra el capítulo 10.
Continúa el módulo 4
con el capítulo 11.

POLEMOS
—POLITIC—

Polemos Politic Consulting, Inc.

Servicios de consultoría política estratégica.

EE.UU. - MÉXICO - PANAMÁ - ESPAÑA - COLOMBIA - VENEZUELA

+1 305 777 7937
+58 424 262 4116
contacto@polemospolitic.com
formacion@polemospolitic.com

@PolemosPolitic

www.polemospolitic.com