

HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN

CURSO: SEGUNDO

SEMESTRE: PRIMERO

TIPO: FORMACIÓN BÁSICA

CRÉDITOS: 6

IDIOMA: CASTELLANO

DOCENTE: [DRA. ZAHAIRA FABIOLA GONZÁLEZ](#)

OBJETIVOS:

El objetivo de la asignatura es dar una visión global de la evolución histórica de la comunicación desde la prehistoria hasta la actualidad, centrándonos en la imprescindible relación entre acontecimientos históricos del ámbito político, económico, social y/o cultural y contextualizando cada uno de los conceptos a trabajar. Además se hace una introducción a la comunicación en el mundo no-occidental.

La asignatura de Historia de la Comunicación combina un análisis de los hechos e innovaciones históricas junto a un análisis y visión desde el presente. Con ello se quiere describir el contexto con el que poder encarar fenómenos actuales tales como la importancia del proceso de continua globalización en diversos ámbitos internacionales, etc. Para ello se destaca la importancia de la comunicación más allá de la historia de la prensa y desde diferentes escenarios de referencia.

La asignatura combina teoría y práctica, clases magistrales con debates y trabajos a realizar ya sea de forma individual o en grupo; la lectura y visualización de documentos históricos con otros que parten de las últimas investigaciones y descubrimientos en la especialidad. Se adquirirán así conocimientos que resulten básicos para la comprensión en su contexto de otras asignaturas del grado de los estudiantes así como un conocimiento global del fenómeno de la comunicación.

COMPETENCIAS:

- Que los estudiantes hayan demostrado poseer y comprender conocimientos en un área de estudio que parte de la base de la educación secundaria general, y se suele encontrar a un nivel que, si bien se apoya en libros de texto avanzados, incluye también algunos aspectos que implican conocimientos procedentes de la vanguardia de su campo de estudio.
- 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.

GENERALES

- Desarrollar habilidades lingüísticas y expresarse de forma adecuada y convincente en las diferentes situaciones de comunicación oral y escrita en las lenguas propias de la comunidad y en inglés.
- Valorar críticamente las opiniones, situaciones y actuaciones - incluidas las propias- en sus ambientes de trabajo.

ESPECIFICAS

- Identificar y reconocer los cambios relevantes en la evolución histórica de la empresa en general y muy especialmente de la publicidad, el marketing, la prospección de mercados y las relaciones públicas.

RESULTADOS DE APRENDIZAJE:

- Relaciona la Historia de la Comunicación en general y la de la Publicidad en particular con la Historia Universal.
- Analiza los principales eventos de la Historia de la Comunicación en general y la de la Publicidad como factores influyentes en la configuración de diferentes aspectos de la Comunicación en general y la Publicidad en particular en la actualidad.
- Identifica a los principales protagonistas de la Historia de la Comunicación en general y la de la Publicidad así como su influencia posterior.
- Identifica sus propias necesidades formativas en su campo de estudio y entorno laboral o profesional y organiza su propio aprendizaje con

un alto grado de autonomía en todo tipo de contextos (estructurados o no).

CONTENIDOS:

1. Introducción.

- Definición de Historia de la Comunicación. Evolución de los estudios de –
Historia de la comunicación en España. Definición de revolución informativa.
El poder de la comunicación

2. Los medios de Comunicación en el Mundo Antiguo.

- El arte y los símbolos en el Mundo Antiguo. La importancia del papiro y el pergamino. La importancia de los escribas en próximo oriente antiguo y Egipto. Los primeros pasos de una revolución de la información: Grecia. De Grecia a Roma. La censura. La decadencia del Imperio.

3. La Comunicación en la Edad Media

- Contexto histórico: formación de la identidad europea. Formas de comunicación popular. Formas de comunicación culta. Formas de comunicación pre-periodística

4. Los efectos de la Imprenta.

- Impacto real de la imprenta en su contexto. Historia de la invención de la imprenta. Consecuencias y efectos de la imprenta. Nuevas formas de comunicación. Teoría político-informativa del Estado Moderno: la acción ofensiva-defensiva.

5. La incidencia de la comunicación en la Reforma y la Contrarreforma.

- Importancia de la Reforma en la comunicación social. Los instrumentos de la Reforma. Técnicas de la propaganda luterana. La Contrarreforma: fases de la reacción.

6. La información-comunicación absolutista.

- Tipología de publicaciones en el siglo XVIII. Formas de información-propaganda de oposición. Modelo francés: autoritarismo puro. Modelo inglés: transición al liberalismo. Consolidación del periodismo inglés.

7. Comunicación y revoluciones.

- Inglaterra: la lucha por la libertad de expresión. Caricatura política. Oposición abierta. Nacimiento de la prensa norteamericana: la Guerra de Independencia. La Revolución francesa. Cambios en el periodismo durante las Convenciones, 1792 – 1794. El modelo informativo napoleónico.

8. Transformaciones del sector informativo.

- Factores que impulsaron el desarrollo de la prensa. Nacimiento de la prensa de negocios en Inglaterra: The Times. La lucha de los intimbrados. Magazines ilustrados. La revolución de Girardin en Francia. Panorama de la prensa en Estados Unidos.

9. La formación de la prensa moderna informativa (1848-1870).

- La información periodística en los nuevos Estados – nación. La importancia de la objetividad. Gran Bretaña: primera generación de prensa popular. Prensa local y dominicales ingleses. Francia: los inicios de la prensa de masas. Estados Unidos: los penny papers y los magazines. La Guerra de Secesión.

10. Nacimiento de las agencias de información

- ¿Por qué aparecen las agencias de noticias?. Creación de Havas, Reuter y Wolf
- Competencia y alianza. Amenazas al sistema. Visualización del documental Panamá, debate grupal sobre la importancia de la prensa en la historia.

11. La revolución del entretenimiento.

- El entretenimiento público. El dinero de los pobres. Revistas para un público fragmentado. La novela. El nacimiento del cine. Los actores.

12. La organización de la información durante la Primera Guerra Mundial.

- Nacimiento de la propaganda científica. Fases de la propaganda.
- Consecuencias de la guerra en la información. La Revolución Rusa.

13. La comunicación en el periodo de entreguerras I. El cine y la radio.

- El cine de entreguerras. La llegada del sonido y del color. Las estrellas y sus películas. La censura. La radio. Políticas de radiodifusión. Las cadenas.

14. La comunicación en el periodo de entreguerras II. La publicidad y el fotoperiodismo.

- Los inicios de la publicidad. Nacimiento de la publicidad científica. Medios de difusión. Métodos. Definición de fotoperiodismo. El auge del fotoperiodismo.

15. Prensa y propaganda en el periodo de entreguerras.

- El periodismo jazz en Estados Unidos o la cuarta generación de prensa de masas. La prensa británica en el periodo de entreguerras. El estancamiento de la prensa francesa. La prensa alemana. La propaganda totalitaria. La propaganda de los países liberales.

16. La Segunda Guerra Mundial.

- La utilización de la propaganda blanca. La propaganda alemana mecanicista. La propaganda negra.

17. La guerra fría y su impacto en la comunicación.

- La comunicación en durante la guerra fría. El neocapitalismo informativo.
- El free flow. Estrategias persuasivas en la nueva era.

18. La llegada de la televisión.

- Antecedentes de la TV. Desarrollo de la televisión y su programación. El Informativo televisivo. La realidad televisiva y su influencia.

19. La edad de oro de la publicidad.

- La nueva era de la publicidad. La publicidad en las décadas 50 y 60. Ascenso del marketing. La importancia de la tipología social. La crisis económica de los

20. La evolución de los medios en la sociedad audiovisual.

- La fotografía, instrumento político. La fotografía salta a los medios. La segunda revolución del fotoperiodismo. Cambios en la industria

cinematográfica. La crisis de las cadenas radiofónicas. La programación de radio.

21. Panorama actual de medios.

- Diferencias entre medios convencionales y no convencionales. Origen de la comunicación no convencional.

22. Tendencias actuales en comunicación publicitaria.

- Del producto a la marca. De promesas a experiencias. De notoriedad a la relevancia. De transacciones a relaciones. De comunicación comercial a contenidos. De controlar a cogestionar. De imagen a cultura.

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

A lo largo del curso habrá dos exámenes finales parciales de la asignatura, a mitad y al final del curso, que, en total, tendrán un valor del 50% de la nota final (o el 25% cada uno de ellos). Cada examen es eliminativo de una parte de la materia impartida en la asignatura.

El resto de la puntuación se logra realizando varias prácticas tanto grupales como individuales (40%) y con la participación en clase (el restante 10% de la nota final), que, más allá de la asistencia, tiene en cuenta las intervenciones en debates, el interés mostrado, etc.

Para obtener la nota final se hará media ponderada de todos los ejercicios según el porcentaje ya indicado, si bien, para poder hacer la media y aprobar, es necesario presentar y aprobar con una nota mínima de 5 los dos exámenes parciales. El aprobado de la asignatura Historia de la Comunicación se logra cuando la nota final global y ponderada es igual o superior a 5/10.

METODOLOGÍA:

La asignatura es presencial y combina los conocimientos teóricos con su puesta en práctica. A lo largo de las sesiones de clase, el profesor expondrá contenidos del programa mediante el uso de diferentes metodologías de aprendizaje, además de efectuar actividades formativas en grupo para complementar y poner en práctica los conocimientos adquiridos.

Los alumnos deberán realizar actividades individuales durante las horas de trabajo personal. Los alumnos realizarán por grupos un trabajo final de asignatura que deberán exponer al final del periodo lectivo de la misma.

Por último, se recomienda al alumno que dedique cada semana, unas horas de trabajo personal a esta asignatura para poder ir consolidando los conocimientos adquiridos en cada uno de los temas. Este trabajo personal consistirá en realizar un repaso de los aspectos teóricos tratados en clase y complementarlos con la bibliografía básica.

MANUAL DE REFERENCIA:

- Bordería, Enric, Laguna, Antonio y Martínez, Francesc (1996)
Historia de la comunicación social. Voces, registros y conciencias.
(Editorial Síntesis),
- Rueda Laffond, José C., Galán Fajardo, Elena, Rubio Moraga,
Ángel. L. (2014). *Historia de los medios de comunicación*, Madrid:
Alianza

Bibliografía complementaria se proporcionará a lo largo del curso según
temática

Trabajo personal y autónomo	Evaluación	Competencias que se evalúan	Condicionante	Dedicación
Actividad tipo 2 y 3 (Individual/obligatoria): Ensayo sobre la importancia de Hipatia de Alejandria en la transmisión y conservación del conocimiento.	4%	CG1, CG7, Resultados del aprendizaje: R5, R6, R7	Individual Entrega Obligatoria No recuperable	5 horas
Actividad tipo 1y 2 (Individual/obligatoria): Hacer resumen del Impacto de la Imprenta por país y época	4%	CG1, CG7 Resultados del aprendizaje:R2, R5, R7	Individual Entrega Obligatoria No recuperable	5 horas
Actividad tipo 2 y 3 (Individual/obligatoria): Ensayo sobre los contenidos del Tema 5 a partir de las lecturas realizadas, los contenidos explicados y los debates grupales. Visualización película: Martin Lutero	4%	CG1, CG7 Resultados del aprendizaje: R2, R5, R6, R7	Individual Entrega Obligatoria en la fecha estipulada. No recuperable	5 horas
Actividad tipo 2 y 3 (Individual/obligatoria): Ensayo sobre los contenidos del Tema 7, y la importancia de Cromwell en el momento histórico. Visualización del documental: Olive Cromwell	4%	CG1, CG7 Resultados del aprendizaje:R2, R5, R6, R7	Individual Entrega Obligatoria en la fecha estipulada. No recuperable	5 horas
Actividad tipo 1 y 4 (grupal/obligatoria): Ensayo sobre la historia, y desarrollo hasta la actualidad de una agencia de noticias de las revisadas en el Tema 10	4%	CG1, CG7, CE5 Resultados del aprendizaje:R2, R5, R7, R8	Grupal Entrega Obligatoria en la fecha estipulada. No recuperable	5 horas
Actividad tipo 2 y 3 (Individual/obligatoria): Ensayo sobre los contenidos del Tema 11, analizando el documental Mentes brillantes y la importancia de la comunicación en prensa durante la época.	4%	CG1, CG7, CE5 Resultados del aprendizaje:R2, R5, R6, R7, R8	Individual Entrega Obligatoria en la fecha estipulada. No recuperable	5 horas
Actividad tipo 2 y 3 (Individual/obligatoria): Ensayo sobre los contenidos del Tema 13, analizando el documental sobre Stalin y Trotsky.	4%	CG1, CG7, CE5 Resultados del aprendizaje:R2, R5, R6, R7, R8	Individual Entrega Obligatoria en la fecha estipulada. No recuperable	5 horas
Actividad tipo 2 y 4 (Individual/obligatoria): Lectura preparatoria al Tema 16 y ensayo sobre la importancia del cine en el periodo entreguerras y la propaganda nazi en la España de la Segunda República mediante películas.	4%	CG1, CG7, CE5 Resultados del aprendizaje:R2, R5, R7	Individual Entrega Obligatoria No recuperable	5 horas
Actividad tipo 2 (Individual/obligatoria): Ensayo sobre los contenidos del Tema 17, se sugiere la visualización de películas como: El instante más oscuro, el último año de Hitler y lectura de materiales y artículos para cumplimentar la información.	4%	CG1, CG7, CE5 Resultados del aprendizaje:R2, R5, R6, R7	Individual Entrega Obligatoria No recuperable	5 horas
Actividad tipo 2 y 4 (Individual/obligatoria): Visualización de videos y resumen de la situación. Sobre los ensayos se realizarán debates por grupos que serán evaluados.	4%	CG1, CG7, CE5 Resultados del aprendizaje:R2, R5, R6, R7, R8	Individual Entrega Obligatoria No recuperable	5 horas
Participación en clase	10%	CG1, CG7, CE5 Resultados del aprendizaje:R2, R5, R6, R7, R8		
Parcial I: Conceptos y casos	25%	Recuperable en complementaria siempre y cuando el alumno haya efectuado el correcto seguimiento del resto de la evaluación	CG1, CG7, CE5, R2	20 horas
Parcial II: Conceptos y casos	25%	Recuperable en complementaria siempre y cuando el alumno haya efectuado el correcto seguimiento del resto de la evaluación	CG1, CG7, CE5, R2	20 horas