



UNIVERSIDAD DE CASTILLA - LA MANCHA

GUÍA DOCENTE

1. DATOS GENERALES

Asignatura: HISTORIA GENERAL DE LA COMUNICACIÓN	Código: 16310
Tipología: BÁSICA	Créditos ECTS: 6
Grado: 377 - GRADO EN PERIODISMO	Curso académico: 2018-19
Centro: 12 - FACULTAD DE COMUNICACIÓN	Grupo(s): 30
Curso: 2	Duración: Primer cuatrimestre
Lengua principal de impartición: Español	Segunda lengua:
Uso docente de otras lenguas:	English Friendly: N
Página web:	Bilingüe: N

Profesor: BELEN GALLETERO CAMPOS - Grupo(s): 30				
Edificio/Despacho	Departamento	Teléfono	Correo electrónico	Horario de tutoría
Edificio Polivalente. 2.14	DPTO. EN CONSTITUCIÓN	4787	belen.galletero@uclm.es	

2. REQUISITOS PREVIOS

No se han establecido.

3. JUSTIFICACIÓN EN EL PLAN DE ESTUDIOS, RELACIÓN CON OTRAS ASIGNATURAS Y CON LA PROFESIÓN

La fundamentación histórica de la ciencia de la comunicación es un requisito básico para la formación del futuro periodista. Relacionada con las asignaturas de Historia del Mundo Actual y Sociedad de la Información de primero, y con las asignaturas de Periodismo Español contemporáneo, Comunicación Institucional y corporativa y Sistema de medios en España de tercero, la asignatura ofrece una visión global y diacrónica de los modelos y estrategias dominantes en la historia social de la comunicación.

4. COMPETENCIAS DE LA TITULACIÓN QUE LA ASIGNATURA CONTRIBUYE A ALCANZAR

Competencias propias de la asignatura

Código	Descripción
E02	Capacidad y habilidad para expresarse con fluidez y eficacia comunicativa de manera oral y escrita, sabiendo aprovechar los recursos lingüísticos y literarios que sean más adecuados a los distintos medios de comunicación.
E04	Capacidad para leer y analizar textos y documentos especializados de cualquier tema relevante y saber resumirlos o adaptarlos mediante un lenguaje o léxico comprensible para un público mayoritario.
E07	Capacidad y habilidad de exponer razonadamente ideas, a partir de los fundamentos de la retórica y de las aportaciones de las nuevas teorías de la argumentación, así como de las técnicas comunicativas aplicadas a la persuasión.
E18	Conciencia igualitaria sobre las personas y los pueblos, y respeto por los derechos humanos internacionales, así como conocimiento de las grandes corrientes culturales o civilizadoras en relación con los valores fundamentales individuales y colectivos.
G09	Desarrollar aquellas habilidades necesarias en el área de Periodismo, y en general de la Comunicación, para emprender estudios posteriores de postgrado y reciclaje profesional.

5. OBJETIVOS O RESULTADOS DE APRENDIZAJE ESPERADOS

Resultados de aprendizaje propios de la asignatura

No se han establecido.

Resultados adicionales

Identificar la innovación en el campo de la comunicación para poder adaptar sus destrezas periodísticas a la estructura del sistema de medios
Analizar críticamente los hechos de la actualidad considerando sus antecedentes históricos y sus posibles efectos Interpretar los productos comunicativos de diferentes épocas a partir del contexto histórico en que se produjeron Describir y explicar la evolución de las prácticas comunicativas y periodísticas a lo largo de la historia. Juzgar de modo crítico y autónomo los procesos sociales para dar cuenta de ellos en su trabajo periodístico

6. TEMARIO

Tema 1: TEMA 1. CULTURA, IDENTIDAD Y COMUNICACIÓN

Tema 1.1 1.1. Genealogía de la ciencia de la comunicación 1.2. Qué es la comunicación 1.3. Comunicación y cultura 1.4. Identidad y comunicación

Tema 2: SOCIEDAD, CULTURA Y COMUNICACIÓN DE MASAS

Tema 2.1 2.1. Fundamentos de la Historia Contemporánea 2.2. Las alternativas a la crisis de 1873: la configuración del mundo de hoy 2.3. La salida de la crisis. Indicadores del crecimiento 2.4. Las masas, ¿amenaza u oportunidad? 2.5. Naciones, patrias y símbolos 2.6. Medios de comunicación y sociedad de masas

Tema 3: EL SENSACIONALISMO

Tema 3.1 3.1. La identificación del sensacionalismo 3.2. Los precursores: sacamuelas, charlatanes, predicadores, vendedores... 3.3. La prensa de masas. 3.4. EE.UU: de PULITZER a HEARST 3.5. El sensacionalismo en la prensa europea

Tema 4: PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

Tema 4.1 4.1. Publicidad y propaganda, un solo concepto y dos posibles significados. 4.2. La Iglesia, el modelo. 4.3. La publicidad, la vanguardia. 4.4. Los nuevos medios de masas: el cine y la radio 4.5. Modelos de propaganda y su desarrollo en el siglo XX. Nacionalismos, fascismos y democracia 4.6. La era del espectáculo y del consumo: la Televisión

Tema 5: LA COMUNICACIÓN EN LA ERA INTERNET

Tema 5.1 5.1. Historia de la red; 5.2 El impacto de Internet en la comunicación; 5.3. La transición del periodismo impreso al periodismo digital

7. ACTIVIDADES O BLOQUES DE ACTIVIDAD Y METODOLOGÍA								
Actividad formativa	Metodología	Competencias relacionadas (para títulos anteriores a RD 822/2021)	ECTS	Horas	Ev	Ob	Rec	Descripción
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL]	Método expositivo/Lección magistral	E07	1.6	40	S	N	N	Participación y trabajo en el aula. Recogida de fuentes y datos. Planificación de actividades y estudios. Identificación de recursos
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA]	Combinación de métodos	E04 E07 E18	2.4	60	S	S	S	
Foros y debates en clase [PRESENCIAL]	Estudio de casos	E07	0.4	10	S	N	N	Participación en los dos actividades programadas como complemento al temario
Pruebas de progreso [PRESENCIAL]	Pruebas de evaluación	E04 E07	0.2	5	S	N	N	
Prueba final [PRESENCIAL]	Pruebas de evaluación		0.2	5	S	S	S	Examen de los contenidos teóricos del temario
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA]	Combinación de métodos	E02 E04 E07	1.2	30	S	N	N	Trabajo voluntario sobre los temas propuestos
Total:			6	150				
Créditos totales de trabajo presencial: 2.4			Horas totales de trabajo presencial: 60					
Créditos totales de trabajo autónomo: 3.6			Horas totales de trabajo autónomo: 90					

Ev: Actividad formativa evaluable

Ob: Actividad formativa de superación obligatoria

Rec: Actividad formativa recuperable

8. CRITERIOS DE EVALUACIÓN Y VALORACIONES			
Sistema de evaluación	Valoraciones		Descripción
	Estudiante presencial	Estud. semipres.	
Pruebas de progreso	20.00%	0.00%	Dos pruebas de progreso a partir de los textos seleccionados
Elaboración de trabajos teóricos	20.00%	0.00%	Realización y exposición de un trabajo teórico a partir del listado establecido al inicio del curso
Prueba final	60.00%	0.00%	Examen final del temario
Total:	100.00%	0.00%	

Criterios de evaluación de la convocatoria ordinaria:

En la ordinaria, el estudiante sumará los resultados obtenidos en cada prueba

Particularidades de la convocatoria extraordinaria:

El estudiante se examinará de los temas expuestos en Moodle con una valoración del 100%

9. SECUENCIA DE TRABAJO, CALENDARIO, HITOS IMPORTANTES E INVERSIÓN TEMPORAL	
No asignables a temas	
Horas	Suma horas
Tema 1 (de 5): TEMA 1. CULTURA, IDENTIDAD Y COMUNICACIÓN	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	8
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Combinación de métodos]	10
Foros y debates en clase [PRESENCIAL][Estudio de casos]	2
Pruebas de progreso [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	1
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	1
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Combinación de métodos]	2
Periodo temporal: 10-20 Septiembre	
Grupo 30:	
Inicio del tema: 10-09-2018	Fin del tema: 20-09-2018
Comentario: ¿ Lectura recomendada: WOLTON, D. (1999): Sobre la comunicación. Una reflexión sobre sus luces y sus sombras. Madrid, Acento Editorial ¿ Lectura obligatoria para prueba PRÁCTICA 1: John B. Thompson: "La comunicación masiva y la cultura moderna. Contribución a una teoría crítica de la ideología". Publicado en la Revista Versión. Estudios de comunicación y política, Nro. 1, Universidad Autónoma Metropolitana-Unidad Xochimilco, México, octubre de 1991. Este artículo se puede consultar en: file:///C:/Users/Tonicasa/Desktop/la-comunicacion-masiva-y-la-cultura-moderna.pdf	
Tema 2 (de 5): SOCIEDAD, CULTURA Y COMUNICACIÓN DE MASAS	
Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	8
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Combinación de métodos]	10
Foros y debates en clase [PRESENCIAL][Estudio de casos]	2
Pruebas de progreso [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	1
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	1
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Combinación de métodos]	5
Periodo temporal: Septiembre-octubre 2018	
Grupo 30:	

Inicio del tema: 24-09-2018

Fin del tema: 15-10-2018

Comentario: ¿ Lectura recomendada: ERIC HOBSBAWM y TERENCE RANGER, eds. (1983): La invención de la tradición. Barcelona, Editorial Crítica. VÁZQUEZ MONTALBÁN, Manuel (1997): Historia y comunicación social. Barcelona, Crítica

Tema 3 (de 5): EL SENSACIONALISMO

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	10
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Combinación de métodos]	15
Foros y debates en clase [PRESENCIAL][Estudio de casos]	2
Pruebas de progreso [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	1
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	1
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Combinación de métodos]	7

Periodo temporal: Octubre 2018

Grupo 30:

Inicio del tema: 16-10-2018

Fin del tema: 31-10-2018

Comentario: ¿ Lecturas recomendadas: ÁLVAREZ, J.T. (1987): Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX. El nuevo orden informativo. Barcelona: Ariel. BORDERIA, E., LAGUNA, A. y MARTINEZ, F. (2015): Historia social de la comunicación: mediaciones y públicos. Madrid, Síntesis

Tema 4 (de 5): PUBLICIDAD Y PROPAGANDA

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	10
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Combinación de métodos]	20
Foros y debates en clase [PRESENCIAL][Estudio de casos]	1.5
Pruebas de progreso [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	1
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	1
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Combinación de métodos]	6

Periodo temporal: Noviembre 2018

Grupo 30:

Inicio del tema: 01-11-2018

Fin del tema: 30-11-2018

Comentario: ¿ Lectura recomendada: PIZARROSO, A. (1990): Historia de la propaganda. Madrid: Eudema; HUICI MODENES, A. (2017): Teoría e historia de la propaganda. Madrid, Síntesis ¿ Lectura obligatoria PRACTICA 2: RODERO ANTON, E. (2000): "Concepto y técnicas de la propaganda y su aplicación al nazismo" (Texto publicado en las Actas del III Congreso Internacional Cultura y Medios de Comunicación, Publicaciones Universidad Pontificia, Salamanca, 2000). Se consulta en: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/rodero-emma-propaganda-nazismo.pdf>

Tema 5 (de 5): LA COMUNICACIÓN EN LA ERA INTERNET

Actividades formativas	Horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	4
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Combinación de métodos]	5
Foros y debates en clase [PRESENCIAL][Estudio de casos]	2.5
Pruebas de progreso [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	1
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	1
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Combinación de métodos]	10

Periodo temporal: Diciembre 18

Grupo 30:

Inicio del tema: 03-12-2018

Fin del tema: 19-12-2018

Actividad global

Actividades formativas	Suma horas
Enseñanza presencial (Teoría) [PRESENCIAL][Método expositivo/Lección magistral]	40
Prueba final [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	5
Estudio o preparación de pruebas [AUTÓNOMA][Combinación de métodos]	60
Foros y debates en clase [PRESENCIAL][Estudio de casos]	10
Pruebas de progreso [PRESENCIAL][Pruebas de evaluación]	5
Elaboración de informes o trabajos [AUTÓNOMA][Combinación de métodos]	30

Total horas: 150

10. BIBLIOGRAFÍA, RECURSOS

Autor/es	Título/Enlace Web	Editorial	Población	ISBN	Año	Descripción
Huici Módenes, Adrián	Estrategias de la persuasión: mito y propaganda política	Alfar		84-7898-116-0	1996	
Laguna Platero, Antonio.	Salud, sexo y electricidad : los inicios de la publicidad de	Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha,		978-84-9044-312-5	2018	
Mattelart, Armand	La mundialización de la comunicación	Paidós Ibérica		84-493-0493-8	2001	
Montero Díaz, Julio	Introducción a la historia de la comunicación social	Editorial Ariel S.A.		84-344-1286-1	2001	
Wolton, Dominique	Salvemos la comunicación: aldea global y cultura. Una defens	Gedisa		84-9784-120-4	2006	
Álvarez, Jesús Timoteo	Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX: el nue	Ariel		84-344-1252-7	1992	
Borderia Ortiz, Enric (1967-)	Historia social de la comunicación : mediaciones y públicos	Síntesis,		978-84-9077-209-6	2015	
Flichy, Patrice	Una historia de la comunicación moderna: espacio público y e	Gustavo Gili		968-887-198-2	1993	

HUICI MODENES, Adrián	Teoría e historia de la propaganda Síntesis	Madrid	978-84-9077-467-0	2017
	Historia del periodismo universal Ariel		84-344-1300-0	2004
Mattelart, Armand	Historia de la comunicación	Bosch	84-7676-219-4	1992
	Historia de la sociedad de la información	Paidós	84-493-1191-8	2002