

**Curso 2019-2020**

## **HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL**

**PROFESORA:** CARLOTA CORONADO RUIZ

**GRUPOS:** Grupo C y Grupo D

**TUTORÍAS PRESENCIALES:** PREVIA PETICIÓN DE CITA. Miércoles y jueves: 12:30h a 14h.

**TUTORÍAS ON LINE:** De lunes a viernes, escribiendo al mail carlotac@ucm.es

### **1. OBJETIVOS DEL CURSO.**

A) Identificar, comprender y analizar los cambios en el fenómeno de la comunicación en sus entornos históricos desde la Edad Media a nuestros días.

B) Conocer los modos de acceso, recepción y apropiación social de la comunicación.

C) Valorar la importancia del desarrollo tecnológico y empresarial: modelos de información-comunicación.

La metodología se basará en conferencias magistrales sobre temas concretos del Programa, en las que participarán los alumnos. Utilización de comentario de textos, proyecciones, lecturas y otro material de análisis y trabajo.

### **2. PROGRAMA**

#### **1. Introducción. El Valor Social de la Comunicación.**

Objetivo de estudio. Dialéctica Comunicación e Historia: Los medios cambian la historia. Diferenciación entre información, persuasión y entretenimiento. Las revoluciones informativas: concepto y cronología. Modos de acceso, recepción y apropiación social de la comunicación (formas de lectura, sociedad-cultura de masas, presencia de redes y medios en el espacio social y en el espacio privado, juego entre medios e interactividad, etc.)

#### **PRIMERA PARTE.**

#### **La Comunicación Social antes del Siglo XX y de la Sociedad de Masas**

#### **2. La Comunicación Social en la Edad Moderna (1300-1850).**

##### **2.1. La Iglesia Católica. Un sistema moral.**

La Iglesia Católica en esa sociedad. La comunicación oral: producción, transmisión y recepción de las ideas y la religión. Manifestaciones de la comunicación oral (predicación, confesión...) Uso social de la imagen y la movilización social. Ceremoniales/ representaciones del poder. La cultura popular. Las universidades. El comercio y su comunicación: Avisos, Crónicas, Precios Corrientes....

## **2.2. Renacimiento y guerras de religión (1500- 1800): laicismo e independencia del alma.**

El Renacimiento: ideas, religión, comercio, cultura. La imprenta. Reforma y Contrarreforma. Guerras de religión e ideologías en toda Europa. Panfletarismo y Leyenda Negra antiespañola.

## **2.3. La comunicación en las monarquías modernas y absolutas (1500-1800). Un sistema religioso-civil.**

Política Informativa de los Estados Modernos. Estructura informativa de los estados: ciudades estado; caso español; caso francés; caso inglés. Literatura antiabsolutista.

# **SEGUNDA PARTE. La Comunicación Social en la Era de las Masas (1880-1980)**

## **3. Medios de Comunicación (1750-1980).**

### **3.1. Comunicación y Revoluciones: la construcción de los sistemas liberales y socialistas(1750-1920).**

La constitución USA. El "Libel Act" ingles. Fracasos en Francia y Modelo de Napoleón. Revoluciones burguesas y socialistas en el XIX. Prensa política y prensa industrial o de negocio.

### **3.2. Medios de masas: 1880-1980. (1)**

Sociedad de masas y edad de oro de la prensa. Cambios estructurales cartel de agencias, producción y distribución de periódicos. Segunda Tercera generación de masas. El fotoperiodismo. Medios de élite Cuarta y quinta generación de periódicos de masas. La responsabilidad social y tercera generación de medios de élite.

### **3.3. Medios de masas: 1880-1980. (2)**

El fotoperiodismo. Cuarta y quinta generación de medios de masas. La responsabilidad social: sexta y séptima generación de medios de masas.

### **3.4. Medios de calidad o élite: 1892-1980.**

Medios de élite. Primera Generación. Entreguerras y segunda generación. La responsabilidad social y tercera generación de medios de élite.

## **4. Comunicación Política y Propaganda Científica (1915/1980).**

Nacimiento de la propaganda científica (1915>).La revolución soviética. La comunicación política en las democracias parlamentarias 1920-40. Técnicas nazifascistas. Usos de la radio y del cine. Las novedades de la guerra fría (1945>). La televisión, Vietnam, campañas electorales, el 68.

## **5. Consumo y Entretenimiento: 1880-1980.**

### **5.1 Mercadotecnia, Publicidad y Comunicación Comercial (1880-1980).**

La comunicación comercial antes del marketing. Mercadotecnia, publicidad y marcas comerciales y políticas. Etapas de la mercadotecnia. Carteles y publicística. Alternativas a la publicidad BTL) y mix de comunicación. Gestión del consumo. Producto, profesionales y targets en la era global.

## 5.2. Ocio y entretenimiento masivos (1880-1980).

La Revolución Social del Entretenimiento. El cine y su evolución. El entretenimiento en el hogar: la radio y su evolución. El medio por excelencia: la televisión, su evolución, formatos y transformaciones. Impacto en otros medios. Incidencia de la TV en la política, consumo, cultura, sociedad.

## 5.3. Telecomunicaciones y comunicación (1800-1980).

Conceptos: telecomunicaciones, redes, convergencia. Los grandes inventos: telégrafo, teléfono, radiodifusión, televisión, fax, télex, terminales informáticos primitivos. Desarrollo de las Tecnologías de la comunicación: voz, imagen, datos, redes. Primeras convergencias: nuevas redes, las industrias de la comunicación.

### TERCERA PARTE: La Comunicación Social Hoy

## 6. Sociedad mediática. Convergencia de industrias y medios. Comunicación y comunicaciones (1980-2010).

Nacimiento de un sector Información+Comunicación: de las industrias culturales a la convergencia. Nuevos mercados. Sociedad Mediática y Poder mediático. La crisis de los punto com. Estructura global y local del sistema: industria de la comunicación e industria de los medios. Gestión de la comunicación y sus limitaciones.

## 3.- MANUALES.

- ALBERCH, R., CRUZ, J.R., *La aventura de la Información. De los manuscritos del Mar Muerto al imperio Gates*. Alianza, Madrid 2004
- BABIER, R., BERTHO-AVENIR, C., *Historia de los Medios*. Colihue, B.A. 2000
- BARNHURST, K., NERONE, J., *The form of News. A History*. The Guilford Press, Nueva York., 2001
- BORDERIA, E., LAGUNA, A., MARTINEZ, F., *Historia de la Comunicación Social*. Síntesis, Madrid, 1996
- BRIGGS, A., BURKE, P., *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los Medios de Comunicación*. Taurus, Madrid, 2002
- CASTELLS, M., *La era de la información. Economía, sociedad y cultura: la sociedad red*, Madrid, Alianza, 2005.
- CASTELLS, M., *Comunicación y Poder*, Alianza Ed., Madrid, 2009
- CIUFFOLETTI, Z; TABASSO, E., *Breve Storia Sociale della Comunicazione*, Carocci, Roma, 2007
- CHICHARRO, M<sup>a</sup> Mar, RUEDA, J.C., *Imágenes y palabras. Medios de comunicación y públicos contemporáneos*, Madrid, CIS, 2005.
- CROWLEY, D., HEYER, P., *La comunicación en la Historia. Tecnología, cultura, sociedad*, Barcelona, Bosch, 1997
- FLICHY, P., *Una historia de la comunicación moderna: espacio público y vida privada*, Mexico, Gustavo Gili, 1994
- EGUIZABAL, R., *Historia de la Publicidad*. Eresma, Madrid, 1998
- FAUS BELAU, A., *La era audiovisual. Historia de los primeros cien años de la radio y la televisión*. Ed. I.Univ., Barcelona, 1995
- GUBERN, R., *Historia del Cine*. Lumen, Barcelona 2000
- GUILLAMET, J., *Història del Periodisme*. Ed. Aldea Global, Barcelona, 2003
- NEWHALL, B., *Historia de la fotografía*, Gustavo Gili, Barcelona, 2002
- PAZ, A., MONTERO, J., *Creando la realidad. El cine informativo 1895-1945*, Ariel, Barcelona, 1999
- PIZARROSO, A., *Historia de la propaganda*, Eudema, Madrid, 1990
- SANCHEZ ARANDA, J.J., VERDERA, A., *Apuntes para la Historia de la Comunicación*. Univ. Navarra, Pamplona, 1998

- SCHULTZE, I., *El poder de la propaganda en las guerras del XIX*. Arco Libros, Madrid, 2001
- SCHULTZE, I., *La Leyenda Negra de España*, Ed. Complutense, Madrid, 2008
- SMITH, A., *The Newspaper. An international History*. Thames & Hudson, Londres, 1979
- SMITH, A., (ed) *Television: an international History*. Oxford Un.Press, Nueva York, 1995
- TIMOTEO, J., *Del Viejo Orden Informativo*. Ed.Actas,1991
- TIMOTEO, J., *Historia y Modelos de la Comunicación en el siglo XX.*, Ariel, Barcelona, 1987. Círculo de Lectores, Madrid, 1989.
- TIMOTEO, J., *Gestión del poder diluido. La construcción de la sociedad mediática 1989-2004*, Pearson, Madrid, 2005
- TIMOTEO, J., (ed), *La Industria de la Comunicación en Iberoamerica* (en prensa: 2009)
- VOGEL, H., *La industria de la cultura y el ocio*. Fund. Autor/SGAE, Madrid, 2004
- WILLIAMS, R., *Historia de la Comunicación*. Bosch, Barcelona, 1992

#### 4. MÉTODO DE EVALUACIÓN

Al ser asignatura cuatrimestral, tendremos un único examen en las fechas oficiales de mayo de 2020. El examen consistirá en desarrollar un tema de los que figuran a continuación, con una extensión máxima de un folio. Se tendrá en cuenta la ortografía, de manera que con más de tres faltas, el examen estaría suspenso. La nota final de la asignatura será la del examen, pero se tendrá en cuenta también la participación en clase y la asistencia a determinadas actividades que se plantearán a lo largo del curso. Esta nota complementaria puede suponer hasta un 10% de la nota final de la asignatura.

#### TEMAS PARA EXAMEN

1. Concepto y cronología de Revolución Informativa (APUNTES CLASE)
2. Los medios cambian la Historia: el poder de la información (APUNTES CLASE)
3. Incidencia de la imprenta en la Comunicación Social (CAMPUS VIRTUAL)
4. La censura en la Edad Moderna (CAMPUS VIRTUAL)
5. Guerras de religión y Comunicación Social. (CAMPUS VIRTUAL)
6. Logros y fracasos de la Revolución francesa en la Comunicación Social (CAMPUS VIRTUAL)
7. El cartel de Agencias de Noticias: evolución a lo largo del siglo XX (CAMPUS VIRTUAL)
8. Segunda y tercera generación de prensa de masas. (CAMPUS VIRTUAL)
9. Prensa de élite o de calidad: evolución a lo largo del siglo XX. (CAMPUS VIRTUAL)
10. La propaganda científica (1914-...) (CAMPUS VIRTUAL)
11. Otras estrategias propagandísticas (1939-...): propaganda blanca, negra, mecanicista. (CAMPUS VIRTUAL)
12. Publicidad y comunicación comercial entre 1880-1945 (APUNTES CLASE Y CAMPUS VIRTUAL)
13. Publicidad y comunicación comercial entre 1945- a nuestros días (APUNTES CLASE Y CAMPUS VIRTUAL)
14. El entretenimiento en el espacio público: el cine (APUNTES CLASE)
15. El entretenimiento en el espacio privado: la radio (CAMPUS VIRTUAL)
16. El entretenimiento en el espacio privado: la televisión (APUNTES CLASE)