



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO**  
**LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN**



**PROGRAMA DE ESTUDIOS**

**HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN MUNDIAL**

<b>Elaboró:</b>	Mtra. Virginia Mercado Flores	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Mtro. Emilio Castellanos Álvarez	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
	Dr. Lenin Rafael Martell Gámez	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales
<b>Fecha de aprobación:</b>	<b>H. Consejo Académico</b>	<b>H. Consejo de Gobierno</b>
	17 de octubre de 2018	17 de octubre de 2018
	<b>Facultad de Ciencias Políticas y Sociales</b>	





### I. Datos de identificación.

Espacio académico donde se imparte

Estudios profesionales

Unidad de aprendizaje  Clave

Carga académica      
Horas teóricas Horas prácticas Total de horas Créditos

Carácter  Tipo  Periodo escolar

Área curricular  Núcleo de formación

Seriación

UA Antecedente

UA Consecuente

Formación común

No presenta



## II. Presentación del programa de estudios.

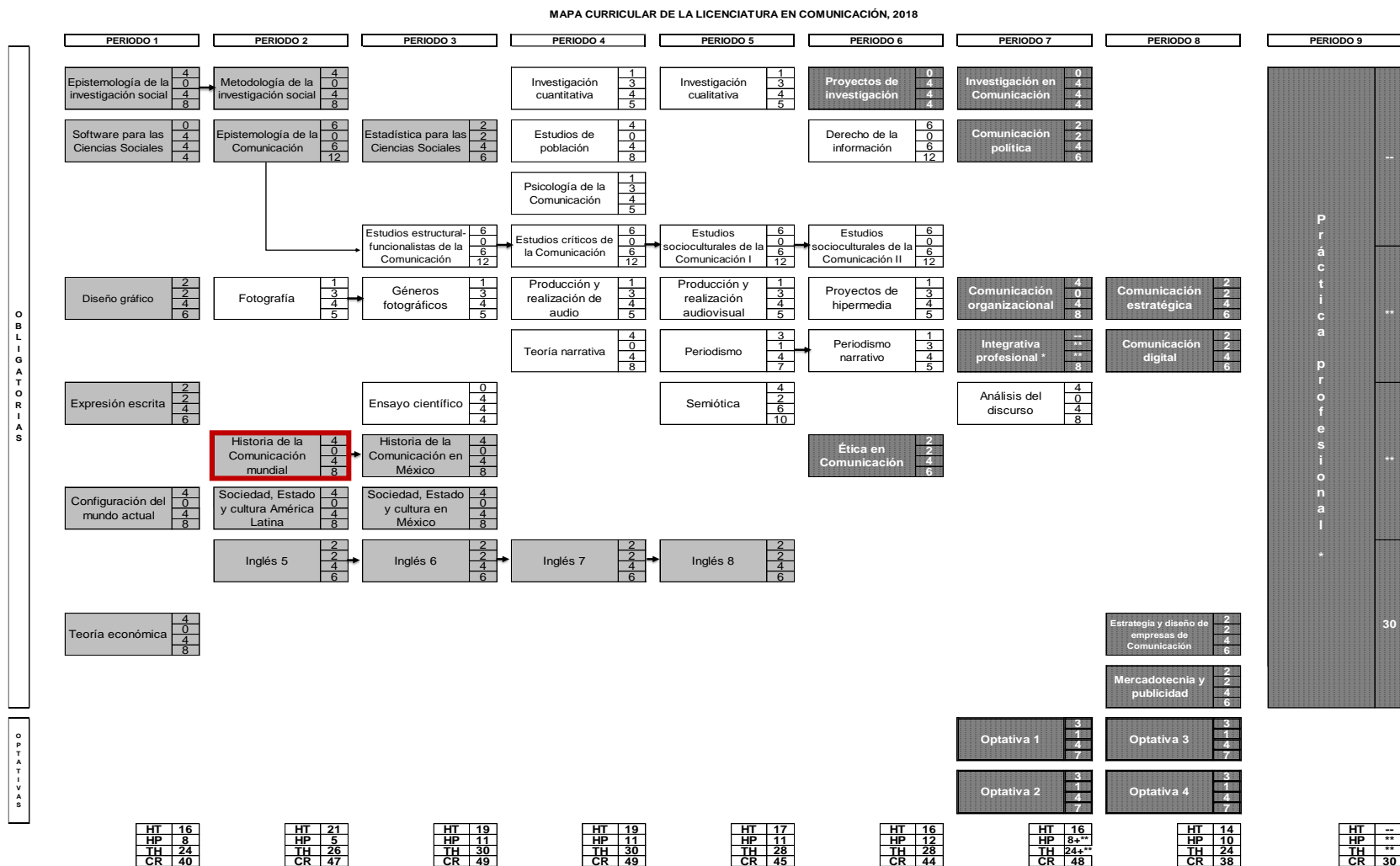
El presente curso pretende rescatar la historia de la comunicación social y masiva en aras de que el alumno pueda comprender el papel de la comunicación en la construcción de los espacios y relaciones sociales y culturales; al mismo tiempo de que pueda desarrollar su capacidad crítica y analítica al momento de estudiar la evolución de los fenómenos comunicativos, principalmente aquellos que son propios de la sociedad de masas.

Los contenidos del presente curso motivan a la reflexión y al análisis de la comunicación social y cómo esta ha sido socializada, cómo a partir de las empresas comunicativas se generan productos comunicativos con una intencionalidad y repercusiones de sus contenidos, sean éstos informativos, publicitarios o de entretenimiento.

Asimismo, se pretende fomentar la capacidad de diálogo y de discusión, y las técnicas del liderazgo compartido en virtud de que el componente reflexivo del curso requiere de una metodología activa que promueva la constante intervención del alumno. De tal suerte que la discusión del grupo es eje fundamental para lograr que los alumnos comprendan los contenidos teóricos del curso.



### III. Ubicación de la unidad de aprendizaje en el mapa curricular





**Proyecto curricular de la Licenciatura en Comunicación  
Reestructuración, 2018  
Secretaría de Docencia • Dirección de Estudios Profesionales**



DISTRIBUCIÓN DE LAS UNIDADES DE APRENDIZAJE OPTATIVAS																							
PERIODO 1	PERIODO 2	PERIODO 3	PERIODO 4	PERIODO 5	PERIODO 6	PERIODO 7	PERIODO 8																
						<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr><td>Guionismo</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Guionismo	3		1		4		7									
Guionismo	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr><td>Producción editorial</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Producción editorial	3		1		4		7	<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr><td>Periodismo digital</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Periodismo digital	3		1		4		7
Producción editorial	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
Periodismo digital	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr><td>Comunicación y cambio social</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Comunicación y cambio social	3		1		4		7	<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr><td>Comunicación y educación</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Comunicación y educación	3		1		4		7
Comunicación y cambio social	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
Comunicación y educación	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr><td>Relaciones públicas</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Relaciones públicas	3		1		4		7	<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr><td>Estrategias de Comunicación política</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Estrategias de Comunicación política	3		1		4		7
Relaciones públicas	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
Estrategias de Comunicación política	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
							<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr><td>Derechos de autor</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Derechos de autor	3		1		4		7								
Derechos de autor	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
							<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr><td><i>Intercultural communication</i><sup>1</sup></td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	<i>Intercultural communication</i> <sup>1</sup>	3		1		4		7								
<i>Intercultural communication</i> <sup>1</sup>	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr><td>Arte y Comunicación</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Arte y Comunicación	3		1		4		7	<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr><td>Estudios sobre cine</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Estudios sobre cine	3		1		4		7
Arte y Comunicación	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
Estudios sobre cine	3																						
	1																						
	4																						
	7																						
						<table border="1" style="width:100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <tr><td>Economía política de la Comunicación</td><td>3</td></tr> <tr><td></td><td>1</td></tr> <tr><td></td><td>4</td></tr> <tr><td></td><td>7</td></tr> </table>	Economía política de la Comunicación	3		1		4		7									
Economía política de la Comunicación	3																						
	1																						
	4																						
	7																						

**SIMBOLOGÍA**

Unidad de aprendizaje	HT: Horas Teóricas
	HP: Horas Prácticas
	TH: Total de Horas
	CR: Créditos

→ 11 líneas de seriación  
 Créditos mínimos 22 y máximos 49 por periodo escolar.  
 \* Actividad académica.  
 \*\* Las horas de la actividad académica.  
<sup>1</sup> UA optativa que debe impartirse, cursarse y acreditarse en el idioma inglés.

	Núcleo básico obligatorio.
	Núcleo sustantivo obligatorio.
	Núcleo integral obligatorio.
	Núcleo integral optativo

**PARÁMETROS DEL PLAN DE ESTUDIOS**

Núcleo básico obligatorio: cursar y acreditar 17 UA	52
	18
	70
	122

Núcleo sustantivo obligatorio: cursar y acreditar 20 UA	58
	34
	92
	150

Núcleo integral obligatorio: cursar y acreditar 9 UA + 2 *	16
	20**
	36**
	90

Núcleo integral optativo: cursar y acreditar 4 UA	12
	4
	16
	28

Total del núcleo básico:  
acreditar 17 UA para cubrir 122 créditos

Total del núcleo sustantivo:  
acreditar 20 UA para cubrir 150 créditos

Total del núcleo integral:  
acreditar 13 UA + 2 \* para cubrir 118 créditos

TOTAL DEL PLAN DE ESTUDIOS	
UA obligatorias	46 + 2 Actividades académicas
UA optativas	4
UA a acreditar	50 + 2 Actividades académicas
Créditos	390



#### **IV. Objetivos de la formación profesional.**

##### **Objetivos del programa educativo:**

Son objetivos de los estudios profesionales de la Licenciatura en Comunicación, formar profesionales críticos y creativos en materia de procesos comunicativos mediáticos y no mediáticos con la finalidad de favorecer la opinión pública, el acceso y uso de los medios de comunicación, y de esta manera considerar a la información como base de la formación de modelos elementales de orden y de la comunicación como única posibilidad de generación de vida cultural y de esta manera contribuyan al progreso social, económico, y cultural del país.

##### **Generales**

- Ejercer el diálogo y el respeto como principios de la convivencia con sus semejantes, y de apertura al mundo.
- Reconocer la diversidad cultural y disfrutar de sus bienes y valores.
- Convivir con las reglas de comportamiento socialmente aceptables, y contribuir en su evolución.
- Adquirir los valores de cooperación y solidaridad.
- Desarrollar la sensibilidad y el arte como base de la creatividad.
- Ampliar su universo cultural para mejorar la comprensión del mundo y del entorno en que vive, para cuidar de la naturaleza y potenciar sus expectativas.
- Participar activamente en su desarrollo académico para acrecentar su capacidad de aprendizaje y evolucionar como profesional con autonomía.
- Asumir los principios y valores universitarios, y actuar en consecuencia.
- Emplear habilidades lingüístico-comunicativas en una segunda lengua.
- Tomar decisiones y formular soluciones racionales, éticas y estéticas.
- Desarrollar su forma de expresarse, su creatividad, iniciativa y espíritu emprendedor.
- Desarrollar un juicio profesional basado en la responsabilidad, objetividad, credibilidad y la justicia.



## Particulares

- Analizar procesos comunicativos desde diferentes perspectivas teóricas de la comunicación, a través de metodologías cuantitativas y cualitativas para realizar investigaciones que expliquen fenómenos sociales, culturales, económicos y políticos que inciden a nivel local, regional, nacional e internacional y que contribuyan al desarrollo social y cultural.
- Evaluar proyectos de comunicación en grupos sociales focalizados como: etnias, grupos rurales, urbanos y de segmentos sociales específicos desde la teoría de sistemas, estructural funcionalista, e interaccionismo simbólico, a través de la identificación de sistemas de comunicación estructurados por componentes mediáticos, no mediáticos, híbridos, propios de los contextos culturales para preservar el tejido social, la solidaridad, la corresponsabilidad y potenciar los vínculos sociales así como coadyuvar en el acceso, diálogo y participación en el cambio social y cultural en los entornos local, regional, nacional e internacional.
- Formular planes, programas y estrategias de comunicación organizacional y estratégica desde la teoría de sistemas, a través de la revisión del proceso de comunicación interpersonal e institucional para la elaboración de modelos de análisis y contenidos comunicativos, mejorar la calidad y pertinencia de sus servicios y contribuir al desarrollo económico-social-político.
- Evaluar productos comunicativos de orden material y/o discursivos claros y críticos para organizaciones y medios de comunicación y cultura mediante la aplicación de la teoría del discurso, la teoría de la narración, teorías de la comunicación, sociotecnología y técnicas fotográficas y creativas para la producción de audio y audiovisual, para promover la diversidad en los medios de comunicación y garantizar el derecho a la información en los entornos local, regional, nacional e internacional.
- Formular contenidos periodísticos en distintos géneros y soportes mediáticos a través del análisis de las características narrativas y argumentativas de los géneros informativos como: nota informativa, entrevista, la crónica y el reportaje; e interpretativos: artículo, columna, editorial y cartón, y su intencionalidad comunicativa para favorecer la formulación de la opinión pública respecto a problemáticas, actores sociales o cuestiones públicas y promover el reconocimiento y garantizar el ejercicio de la libertad de expresión y el derecho a la comunicación.
- Evaluar campañas publicitarias y propagandísticas de productos, servicios, marcas, ideas o causas sociales específicas a través de técnicas de la mercadotecnia y de la administración, sistemas científicos de argumentación, para contribuir al desarrollo político, social y cultural en los entornos local, regional, nacional e internacional.





### **Objetivos del núcleo de formación:**

Promoverá en el alumno el aprendizaje de las bases contextuales, teóricas y filosóficas de sus estudios, la adquisición de una cultura universitaria en las ciencias y las humanidades, y el desarrollo de las capacidades intelectuales indispensables para la preparación y ejercicio profesional, o para diversas situaciones de la vida personal y social.

### **Objetivos del área curricular o disciplinaria:**

Valorar los procesos sociales, políticos, económicos y culturales nacionales, regionales y mundiales; y las bases jurídicas que rigen el ejercicio de la profesión a través del análisis socio histórico y la identificación de actores y procesos sociales para favorecer el pensamiento crítico y reflexivo y promover la pluralidad y diversidad en los medios de comunicación para el acceso, diálogo y participación en el cambio social y cultural.

### **V. Objetivos de la unidad de aprendizaje.**

Valorar los elementos técnicos del proceso de comunicación que van desde los recursos del cuerpo a la extensión mismo por el uso de dispositivos tecnológicos, incluidos los medios infocomunicacionales, sus condiciones y lógicas de producción, en el mundo a través de la comprensión socio-histórica para observar las regularidades estructurales de la comunicación humana y explicar su impacto en el desarrollo de la sociedad, en los ámbitos político, económico y cultural.



## VI. Contenidos de la unidad de aprendizaje, y su organización.

### Unidad 1. Historia del estudio de la comunicación en el mundo

**Objetivo:** Analizar el desarrollo de la comunicación humana identificando las manifestaciones pictóricas previas a la escritura, el desarrollo de la comunicación de masas y las interacciones transmidiáticas contemporáneas en el contexto mundial para entender su impacto en la organización de la sociedad actual.

**Temas:**

- 1.1. El origen de la comunicación humana, oralidad, relato y cultura, las formas de expresar al mundo
- 1.2. Del surgimiento de la escritura a la imprenta
- 1.3. Del telégrafo a la comunicación de masas
- 1.4. De internet a la interacción sociodigital

### Unidad 2. Historia de la Cultura Escrita

**Objetivo:** Aprender hechos determinantes en la trayectoria de la comunicación humana, a partir de los eventos previos a la invención de la escritura, para contribuir a la comprensión del papel de la escritura como hito civilizatorio en el contexto occidental.

**Temas:**

- 2.1 Prehistoria de la comunicación escrita
- 2.2 El mundo antiguo y el desarrollo de sistemas de signos, la comunicación a distancia, el correo y la comunicación intracomunitaria
- 2.3 La cultura escrita en la civilización grecolatina y la edad media europea
  - 2.3.1 Consolidación de la cultura escrita
  - 2.3.2 Desarrollo de la lectura en el mundo occidental
- 2.4 La revolución de la imprenta en la edad moderna
- 2.5 Los inicios de la censura a la prensa
- 2.6 En telégrafo y los principios y desarrollo del Periodismo
  - 2.6.1 El telégrafo óptico y el telégrafo eléctrico
  - 2.6.2 La prensa como órgano de difusión del estado
  - 2.6.3 Antecedentes de la prensa y el comercio de noticias, la creación de agencias informativas
  - 2.6.4 La prensa periódica
  - 2.6.5 El Periodismo en Inglaterra, Francia, Italia, España, Estados Unidos y Latinoamérica



### **Unidad 3. Revolución en los transportes y tecnologías de registro audiovisual, y despunte de las telecomunicaciones.**

**Objetivo:** Analizar el proceso de mundialización de la comunicación a partir de la revolución en las tecnologías de registro visual y auditivo, y el despunte de las telecomunicaciones, del siglo XIX a la fecha.

#### **Temas:**

- 3.1 Comunicación y transporte como determinantes de la gestión de información en el tiempo y en el espacio
- 3.2 La fotografía como documento social
- 3.3 El fonógrafo y el coleccionismo
- 3.4 La imagen en movimiento y el desarrollo del relato cinematográfico
  - 3.4.1 El pre-cine
  - 3.4.2 La llegada de los Lumière
  - 3.4.3 La construcción de la narrativa
- 3.5 El cine de ficción
  - 3.5.1 La cámara y sus fragmentaciones
  - 3.5.2 De Méliès a Griffith
  - 3.5.3 El cine como experiencia individual y socio-cultural
- 3.6 De la propaganda nacionalista a las expresiones estéticas
  - 3.6.1 Surrealismo
  - 3.6.2 Expresionismo
  - 3.6.3 Impresionismo
  - 3.6.3 Futurismo
  - 3.6.4 Dadá
  - 3.6.5 Constructivismo Ruso
  - 3.6.6 Cine Nazi
  - 3.6.7 La invención del Montaje
  - 3.6.8 De Kuleshov a Scorsese
- 3.7 Del Cine Moderno al Postmoderno
  - 3.7.1 Vanguardias Post Guerra
  - 3.7.2 La Nueva Ola Francesa
  - 3.7.3 El cine Bélico
  - 3.7.4 El relato postmoderno
  - 3.7.5 Ciencia Ficción y Cyber Punk



#### **Unidad 4. La radio y la televisión en el contexto mundial. Guerras, posguerras, modelos en Europa y América.**

**Objetivo:** Analizar el surgimiento, desarrollo y uso de los medios electrónicos de comunicación a distancia, tanto en el espacio privado como en el público, para valorar su papel como instrumento de propagación de hábitos de consumo y modos de vida, así como su papel en la construcción de relaciones coloniales de dominio y subordinación entre las naciones.

**Temas:**

- 4.1 Telecomunicaciones en el contexto mundial
  - 4.1.1 El telégrafo óptico y el telégrafo eléctrico
  - 4.1.2 El teléfono
- 4.2 De la Telegrafía sin hilos a la radio
  - 4.2.1 El uso propagandístico de la radio durante la Segunda Guerra Mundial y en la posguerra
  - 4.2.2 Usos sociales de la radio, radio
  - 4.2.3 Radio y explotación comercial
  - 4.2.4 Radio como servicio público
  - 4.2.5 Radio independiente
  - 4.2.6 Del artefacto a la explotación del espectro radioeléctrico
- 4.3 La televisión, del disco de Nipkow a los rayos catódicos
  - 4.3.1 Modelos de organización de la oferta Televisiva (Europa-Estado y América-Comercila)
  - 4.3.2 Despunte de la Televisión (primera 60's y segunda etapa 80's)
  - 4.3.3 Usos sociales de la Televisión

#### **Unidad 5. Internet y cambios en la organización social.**

**Objetivo:** Apreciar la transformación tecnológica en materia de información y comunicación, así como las afectaciones sociales, económicas y culturales que se han producido a partir de un uso masivo de dispositivos que permiten el intercambio, la transmisión, la producción y reproducción de mensajes y otros productos comunicativos.

**Temas:**

- 5.1 La Red y la brecha digital
- 5.2 Reorganización socioeconómica mundial a partir de la adopción de las Tecnologías de la Información y Comunicación
- 5.3 Las industrias culturales en la era digital
  - 5.3.1 Industria editorial



5.3.2	Industria musical
5.3.3	Industria cinematográfica
5.3.4	Industria del videojuego
5.4	La comunicación en el contexto multicultural transmedia
5.4.1	Interacciones en redes sociodigitales como fenómeno de estudio
5.4.2	La comunicación a partir del uso masivo de los dispositivos móviles y redes sociodigitales
5.4.3	La reorganización de las interacciones en el espacio y tiempo
5.4.4	Del hipertexto a lo transmedia como casos fundantes de nuevos estudios
5.4.5	El Relato Hipermoderno
5.5	La Industria y las transformaciones sociales

## VII. Acervo bibliográfico

- Albert, P. *et. al.* (1982). *Historia de la Radio y la Televisión*. FCE. México
- Aumont, J. (1995). *Historia general del cine*. Madrid, Cátedra.
- Barbachano Ponce, M. (1991). *El cine mundial en tiempos de guerra*. Trillas. México.
- Barbachano Ponce, M. (1994). *Cine mudo*. Trillas. México.
- Barbachano Ponce, M. (1997). *Cine durante la guerra fría I, 1945-1970*. Trillas. México.
- Bazin, A. (2001). *¿Qué es el cine?* Madrid, Rialp,
- Bordwell, D. (1995). *El arte cinematográfico*. Paidós. Barcelona, España
- Burke, P., Briggs A. (2002). *De Gutenberg a la Internet: Una historia social de los medios de comunicación*. Taurus, España.
- Bustamante, E. (2003). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación*. ED. Gedisa, Barcelona, España
- Camporesi, V. (2014). *Pensar la Historia del Cine*. Cátedra.
- Castells, M. (2001). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Siglo veintiuno. México.
- Castells, M. (2006). *La sociedad red: una visión global*. Alianza Editorial. Madrid.
- Cebrián Herreros, M. (2004). *La información en televisión: obsesión mercantil y política*. Gedisa. Barcelona.
- De Fleur, M. y S. Ball-Rokeach (1994). *Teorías de la comunicación de masas*. Paidós. México.
- Faus Belau, A. (1995). *La era audiovisual: historia de los primeros cien años de la radio y televisión*. Ediciones internacionales universitarias. Barcelona.



- Fernández Collado y Gordon L. D. (1988). *La comunicación humana Ciencia Social*. McGraw Hill – Interamericana. México
- Flichy, P. (1991). *Una historia de la comunicación moderna*. Ediciones G. Gili. París, Francia.
- Freund, G. (2002). *La fotografía como documento social*. G. Gilli. Barcelona.
- Gómez Mont, C. (1991). *Nuevas tecnologías de Comunicación*. Trillas. México.
- Gubern, R. (1994). *La mirada opulenta. Exploración de la iconosfera contemporánea*.
- Gubern, R. (2000). *El eros electrónico*. Taurus. México.
- Gubern, R. (2018). *Historia del Cine*. Anagrama.
- Keim, J. (1971). *Historia de la fotografía*. Oikus-tau, Barcelona.
- Martell, L. (2017). *El servicio público de radio en México en tiempos del neoliberalismo. El caso de Radio Educación*, tesis doctoral, UNAM. México [Capítulos 1 y 2].
- Martín Serrano, M. (1994). *La producción social de la comunicación*. Alianza. México.
- Mattelart, A. (1995). *La Invención de la Comunicación*. Siglo veintiuno editores. Paris, Francia
- Mattelart, A. (1996). *La Comunicación-Mundo. Historia de las ideas de las estrategias*. Siglo veintiuno editores. Paris, Francia
- Mattelart, A. (1996). *La mundialización de la comunicación*. Paidós. Paris, Francia
- Mattelart, A. (2002). *Historia de la sociedad de la información*. PAIDOS. Barcelona.
- Pardo, A. (1998). *Cine y Sociedad en David Puttnam (Vol. 2)*.
- Sadoul, G. (2002). *Historia del cine mundial, desde los orígenes*. Siglo XXI. México.
- Sinclair, J. (2000). *Televisión: comunicación global*. Gedisa. Barcelona.
- Sougez, M. L. (1999). *Historia de la fotografía*. Cátedra. Madrid
- Thompson, J. (1998). *Ideología y cultura moderna. Teoría crítica social en la era de la comunicación de masas*
- Vázquez Montalban, M. I (1997). *Historia y comunicación social. Nuevos instrumentos universitarios*. Barcelona, España.
- Weill, G. J. (1979). *El periódico: orígenes, evolución y función de la prensa periódica*. Uteha, México.
- Zavala, L. (2005). «Cine clásico, moderno y posmoderno». En: *Razón y Palabra*, N° 46. México.