



Historia de los Medios
de Comunicación
**Grado en Comunicación
Audiovisual**
2022-23



UNIVERSIDAD
NEBRIJA

GUÍA DOCENTE

Asignatura: Historia de los medios de comunicación

Titulación: Grado en Comunicación Audiovisual

Curso Académico: 2022-23

Carácter: Básica

Idioma: Castellano.

Modalidad: Presencial

Créditos: 6

Curso: 1º

Semestre: 2º

Profesores/Equipo Docente: Dra. Dña. María Josefa Establés Heras

1. COMPETENCIAS Y RESULTADOS DEL APRENDIZAJE

1.1. 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 sepan aplicar sus conocimientos a su trabajo o vocación de una forma profesional y posean las competencias que suelen demostrarse por medio de la elaboración y defensa de argumentos y la resolución de problemas dentro de su área 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.
- Que los estudiantes puedan transmitir información, ideas, problemas y soluciones a un público tanto especializado como no especializado.
- Que los estudiantes hayan desarrollado aquellas habilidades de aprendizaje necesarias para emprender estudios posteriores con un alto grado de autonomía.
- Conocer los conceptos básicos de la Comunicación que interactúan con la actividad y práctica profesional.
- Demostrar el correcto uso del lenguaje oral y escrito en la lengua española.
- Aplicar un razonamiento crítico a partir del uso del análisis y la síntesis.

1.2. Resultados de aprendizaje

Demostración de conocimientos, habilidades y competencias relacionadas con los medios de comunicación a través de la superación de las pruebas finales, ordinaria y extraordinaria.

2. CONTENIDOS

2.1 Requisitos previos

Ninguno

2.2 Breve descripción de los contenidos

Orígenes, evolución y peculiaridades de los medios de comunicación y su repercusión en la cultura y sociedad contemporánea.

2.3 Contenido detallado

La asignatura pretende que el alumno tenga un marco general sobre las industrias de la comunicación. Al ser una asignatura de primer curso, permite acceder a un contexto global de los medios de comunicación que más adelante será desarrollado en profundidad, sobre todo en lo que a los medios audiovisuales se refiere, en otras asignaturas.

Cada módulo contiene sesiones teóricas, donde la profesora sentará las bases de la asignatura, y actividades prácticas que o bien serán preparadas por los alumnos y presentadas en clase o se desarrollarán en el aula, junto a la docente. En todas las actividades, se fomentará el espíritu crítico de los alumnos, su capacidad de observación, posicionamiento y argumentación. La asignatura sigue una estructura participativa y propone distintas metodologías apegadas al aprendizaje basado en proyectos y la gamificación.

La asignatura contará, además de las actividades dirigidas, con una prueba parcial y otra final de la asignatura.

Presentamos, a continuación, el índice temático de la asignatura:

- **Módulo 1: Conceptos básicos y grupos mediáticos.**
 - Repaso de conceptos clave y teorías relacionadas con los medios de comunicación de masas.
 - Introducción a la relación de la historia y los medios de comunicación.
 - Importancia de la publicidad en la evolución de los medios de comunicación.
 - Panorámica de las industrias mediáticas actuales en España: clasificación de principales grupos empresariales (estructura de la comunicación).
- **Módulo 2: Prensa diaria y no diaria**
 - Breve historia del medio (prensa diaria, prensa no diaria y fotografía).
 - Análisis de la prensa generalista y especializada.
 - Introducción al lenguaje periodístico y fuentes de información. Elementos de la portada y contraportada de un periódico.
- **Módulo 3: Cine**
 - Breve historia del medio.
 - Ejemplos relevantes sobre tipos de cine, autores y películas.

Examen parcial: preguntas de análisis y desarrollo.

- **Módulo 4: Televisión**
 - Breve historia del medio.
 - Audiencias lineales y no lineales.
 - Tendencias, plataformas y nuevos contenidos en el entorno audiovisual (series de televisión).
- **Módulo 5: Radio**
 - Breve historia del medio.
 - Tendencias de la radio y el podcast.

Examen final: preguntas de análisis y desarrollo.

2.4 Actividades Dirigidas

Durante el curso se podrán desarrollar algunas de estas actividades, prácticas, memorias o proyectos; también otros de objetivos o naturaleza similares. En la asignatura ***Historia de los medios de comunicación***, las actividades dirigidas supondrán un 25% de la valoración final:

- **Actividad Dirigida 1 (AD1): Presentación de un trabajo de investigación.** Se trata de una actividad grupal. Los alumnos, divididos en equipos de cuatro/cinco personas, que serán formados el primer día de clase, se encargarán de presentar parte del contenido de la asignatura. Previamente, investigarán, buscarán información, resolverán dudas con la profesora, prepararán una presentación y decidirán las intervenciones de cada integrante. Cada equipo tendrá un representante que dividirá el trabajo, realizará un seguimiento y participará en la evaluación de sus compañeros. Cada grupo investigará un aspecto que les interese del medio de comunicación que les haya tocado. En cada bloque de la asignatura, cada equipo presentará su trabajo al resto de la clase en formato de *masterclass*. Esta actividad supondrá un 50% del cómputo global de las actividades dirigidas.
- **Actividad Dirigida 2 (AD2) Instagram role-playing con personajes históricos relevantes de la Historia de los Medios de Comunicación.** Se trata de una actividad que se realizará en grupos de cuatro/cinco alumnos y/o alumnas. La profesora repartirá entre los grupos el nombre de una persona que ha sido relevante en algún momento de la historia de los medios de comunicación para que, a través de una cuenta de Instagram, realicen una investigación e interactúen con la cuenta de la asignatura, así como con la del resto de grupos. Esta actividad se irá desarrollando a lo largo de todo el curso, tanto a través de los retos que se vayan proponiendo como por contenidos que vayan ellos incluyendo semanalmente. Además, se deberá completar una wiki dentro del campus virtual con la información que se ha ido encontrando sobre el personaje. Los alumnos presentarán su investigación al resto de compañeros/as de la clase. Esta actividad supondrá un 30% del cómputo global de las actividades dirigidas.
- **Actividad dirigida 3 (AD3). Programación televisiva y relación con la audiencia.** Los alumnos, de manera grupal, deberán observar la estrategia de programación de las cadenas nacionales en *prime time* en la fecha acordada con la profesora. Se trata de reflexionar sobre las decisiones que habrían llevado a las empresas audiovisuales a ofertar determinados contenidos recorriendo variables como la fecha de emisión, el *target*, la estrategia de contenidos de la cadena o, entre otros, la oferta rival. Asimismo, deberá observar el comportamiento de la audiencia tradicional y la social, comparando el *share* y determinando si la cadena realiza una buena táctica social en redes. Una vez realizado el ejercicio, todos los grupos deberán presentar los resultados en clase de manera oral. Esta actividad académica dirigida supone un 20% de la nota final.

Por otro lado, la asignatura comprende una serie de prácticas en el aula, que se tendrán en cuenta en la evaluación final del alumno y que le ayudarán a comprender la asignatura y a ejecutar el examen parcial y el examen final.

Igualmente, la asignatura puede comprender la participación en las conferencias y actividades complementarias que organice la Facultad de Comunicación y Artes.

2.5. Actividades formativas

CÓDIGO	ACTIVIDAD FORMATIVA	HORAS	PORCENTAJE DE PRESENCIALIDAD
--------	---------------------	-------	------------------------------

AF1	Clases de teoría y práctica	45	100%
AF2	Trabajo personal del alumno	75	0%
AF3	Tutorías	15	50%
AF4	Evaluación	15	100%
		150	

3. SISTEMA DE EVALUACIÓN

3.1 Sistema de calificaciones

El sistema de calificaciones finales se expresará numéricamente (R.D. 1125/2003, de 5 de septiembre) del siguiente modo:

0 - 4,9 Suspenso (SS)

5,0 - 6,9 Aprobado (AP)

7,0 - 8,9 Notable (NT)

9,0 - 10 Sobresaliente (SB)

La mención de "matrícula de honor" podrá ser otorgada a alumnos que hayan obtenido una calificación igual o superior a 9,0.

3.2 Criterios de evaluación

Convocatoria ordinaria

Sistema de Evaluación	Porcentaje
SE1. Asistencia y participación	10%
SE2. Prueba parcial	15%
SE3. Actividades académicas dirigidas	25%
SE3. Prueba final individual presencial	50%

Convocatoria extraordinaria

Sistema de Evaluación	Porcentaje
SE1. Asistencia y participación	10%
SE3. Actividades académicas dirigidas	25%
SE3. Prueba final individual presencial	65%

3.3 Restricciones

Calificación mínima

Para poder hacer media con las ponderaciones anteriores es necesario obtener al menos una calificación de 5 en la prueba final. El alumno podrá presentar de nuevo los trabajos, una vez han sido evaluados por el profesor y siempre antes del examen de la convocatoria ordinaria, si desea mejorar la calificación obtenida.

Asistencia

El alumno que, injustificadamente, deje de asistir a más de un 25% de las clases presenciales podrá verse privado del derecho a examinarse en la convocatoria ordinaria.

Normas de escritura

Se prestará especial atención en los trabajos, prácticas, proyectos y exámenes tanto a la presentación como al contenido, cuidando los aspectos gramaticales y ortográficos. El no cumplimiento de los mínimos aceptables puede ocasionar que se resten puntos en dicho trabajo.

3.4. Advertencia sobre plagio

La Universidad Antonio de Nebrija no tolerará en ningún caso el plagio o copia. Se considerará plagio la reproducción de párrafos a partir de textos de auditoría distinta a la del estudiante (Internet, libros, artículos, trabajos de compañeros...), cuando no se cite la fuente original de la que provienen. Su uso no puede ser indiscriminado. El plagio, que debe demostrarse, es un delito. En caso de detectarse este tipo de prácticas se considerará falta grave y se podrá aplicar la sanción prevista en el Reglamento del alumno.

4. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

- Albert, P. y Tudesq, A. (2001). *Historia de la Radio y la Televisión*. París: Fondo de Cultura Económica.
- Angeletti, N. y Oliva, N. (2002). *Revistas que hacen e hicieron historia*. Madrid: Sol90media.
- Gubern, R. (2009). *Historia del Cine Español*. Sexta Edición. Madrid: Cátedra.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence culture: la cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Linares, R. (2009). *La promoción cinematográfica. Estrategias de comunicación y distribución de películas*. Madrid: Editorial Fragua.
- Rodero, E. (2011). *Creación de programas de radio*. Madrid: Síntesis.
- Rubio, A.; Galán, E. y Rueda, J.C. (2014). *Historia de los medios de comunicación*. Madrid: Alianza Editorial.
- Sánchez, L. (2014). *Industrias de la Comunicación Audiovisual*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- Timoteo, J. (2015). *Historia y modelos de la comunicación en el siglo XXI*. Madrid: Universitat.
- Toledo, S. (2012). *Cómo crear un programa de televisión*. Madrid: Laertes.

Bibliografía complementaria

- Aguilera, C.; Paz, M.A.; Ríos, E.; Mas, M.L. y Schultze, I. (1988). *Historia de la Comunicación y la Prensa Universal y de España*. Madrid: Atlas.
 - Angeletti, N. y Oliva, N. (2012). *In Vogue. La historia en imágenes de la revista de moda más famosa del mundo*. Madrid: Sol90media.
 - Angeletti, N. y Oliva, N. (2010). *La historia ilustrada de la revista más influyente del mundo: Time*. Madrid: Sol90media.
 - Barbier, F. y Bertho, C. (1999). *Historia de los medios: de Diderot a Internet*. París: Ediciones Colihue.
 - Cousins, M. (2005). *Historia del Cine*. Barcelona: Blume.
 - Ibañez, C. (2017). *El actor Buenaventura Ibañez. Historia del cine silente español*. Proyecto dirigido por Hernández, Amaya. Madrid: Universidad Nebrija.
 - Jenkins, H. y Ford, S. (2015). *Cultura transmedia: la creación de contenido y valor en una cultura en red*. Barcelona: Gedisa.
 - Melgar, L.T. (2003). *Historia de la Televisión*. Madrid: Acento.
 - Sánchez, J.L. (2006). *Historia del Cine*. Madrid: Alianza Editorial.
-

- Zavala, J.; Castro-Villacañas, E. y Martínez, A.C. (2007). *El cine español contado con sencillez. Lo que yo te diga*. Madrid: Maeva.

Otros recursos

- Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas (<http://www.academiadecine.com/home/index.php>), Academia de las Artes y las Ciencias de Televisión (<http://www.academiatv.es/>), Academia de la Radio (<https://www.academiadelaradio.es/>), Asociación de la Prensa (<http://www.apmadrid.es/>).
- Análisis de audiencias. Kantar Media (<http://www.kantarmedia.com/es>). Cuenta con una división de social media: <http://www.kantarmedia.com/es/blog-y-recursos/data-lab/spain-ktrr-leaderboard>
- Archivos de RTVE: <http://www.rtve.es/television/archivo/>
- Estudio General de Medios: <http://www.aimc.es/-Que-es-el-EGM-.html>
- Infoadex: <http://www.infoadex.es/>
- Medios digitales de información sobre las empresas de comunicación: *PR Noticias* (<http://prnoticias.com/>), *Vertele* (<http://www.vertete.com/>), *Fórmula TV* (<http://www.formulatv.com/>) o, entre otros, *Trece Bits* (<http://www.trecebits.com/>).
- Oficina de Justificación de la Difusión: <http://www.introl.es/>
- Quiosco Digital: <http://kiosko.net/es/>

5. DATOS DE LA PROFESORA

Nombre y Apellidos	María Josefa Establés Heras
Departamento	Comunicación
Titulación académica	Doctora en Comunicación
Área de especialización	Comunicación
Correo electrónico	mestables@nebrija.es
Localización	Campus de Princesa. Sala de Profesores
Tutoría	Contactar con el profesor previa petición de hora por e-mail
Experiencia docente, investigadora y/o profesional, así como investigación del profesor aplicada a la asignatura, y/o proyectos profesionales de aplicación.	<p>María Josefa Establés es profesora permanente en la Universidad Nebrija de las asignaturas <i>Teoría de la Comunicación</i>, <i>Historia de los Medios de Comunicación</i>, <i>Métodos de Investigación en Comunicación</i> y <i>Nuevas Tecnologías y Sociedad de la Información</i>. Es doctora internacional (cum laude) en Comunicación por la Universitat Pompeu Fabra – Barcelona. Asimismo, es licenciada en Comunicación Audiovisual (Universidad Complutense de Madrid - UCM), egresada del máster universitario en Investigación en Periodismo, Discurso y Comunicación (UCM) y del máster universitario en Comunicación y Aprendizaje en la Sociedad Digital (Universidad de Alcalá - UAH).</p> <p>Antes de dedicarse a su faceta académica e investigadora, ha trabajado como periodista para los periódicos de Guadalajara “Nueva Alcarria” y “El Día de Guadalajara”, así como productora ayudante en la televisión regional pública “Castilla-La Mancha Televisión”. De hecho, sigue vinculada al ámbito profesional, realizando diversas colaboraciones en medios de comunicación y siendo desde hace siete años la vicepresidenta de la Asociación de la Prensa de Guadalajara.</p>

Sus áreas de investigación se centran en la educación transmedia y las comunidades de fans y la cultura visual, con especial interés en la creación de contenidos con fines sociales, económicos, educativos y políticos. Además, ha publicado artículos de investigación sobre aprendizaje digital y videojuegos, narrativa transmedia, series de televisión y periodismo.

Además, cuenta con un sexenio vivo reconocido por la CNEAI-ANECA por el tramo 2015-2020.

Sus últimas publicaciones académicas destacadas son:

- Guerrero-Pico, M.; Establés, M-J. & Costa-Sánchez, C. (2022) Fan fiction y prácticas de lectoescritura transmedia en Wattpad: una exploración de las competencias narrativas y estéticas de adolescentes españoles. *Profesional de la Información*, 31(2). <https://doi.org/10.3145/epi.2022.mar.12>
- Herrero-De-La-Fuente, M., Garzía, A. & Establés, M. (2022). Narrativa transmedia y representación mediática: el caso de #Luimelia. *Cuadernos.info*. 51, 310-332. <https://doi.org/10.7764/cdi.51.28111>
- Pedrero-Esteban, L-M; Pérez-Escoda, A. & Establés, M-J. (2021). Brexit's impact on Spanish media discourse: news coverage and audience reaction on Twitter. *Profesional de la Información* 30 (6). <https://doi.org/10.3145/epi.2021.nov.10>
- Scolari, C. A., y Establés, M.-J. (2020). Ecología mediática en tiempos de pandemia: virus, comunicación e interfaces. En Pedrero-Esteban, L-M. y A. Pérez-Escoda (eds). *Cartografía de la comunicación postdigital: medios y audiencias en la sociedad de la Covid-19* (pp. 57-72). Aranzadi Thomson Reuters.
- Grandío-Pérez, M.- del-M., Establés, M.-J., y Guerrero-Pico, M. (2020). Juego de Tronos, personajes femeninos y polémicas mediáticas. Estudio de recepción entre la audiencia hispanohablante. *Historia Y Comunicación Social*, 25(1), 27-34. <https://doi.org/10.5209/hics.69224>
- Establés, M.-J., Guerrero-Pico, M., y Contreras-Espinosa, R. S. (2019). Gamers, writers and social media influencers: professionalisation processes among teenagers. *Revista Latina de Comunicación Social*, (74), 214-236.