Universidad de Navarra

Historia de la comunicación (Com. Corporativa)

Guía docente 2026-27

PRESENTACIÓN

Breve descripción: la asignatura ofrece una perspectiva histórica y crítica sobre la comunicación, articulada en dos bloques complementarios: 1. La primera parte examina la evolución de la comunicación desde la antigüedad hasta la era contemporánea, destacando el nacimiento de la prensa libre tras la invención de la imprenta. Asimismo, analiza la llegada de los medios de masas en el marco de la sociedad de consumo de principios del siglo XX. Finalmente, examina la relación entre los medios y los sistemas políticos occidentales, sirviendo como antesala para profundizar en el desarrollo de la televisión. // 2. La segunda parte se adentra en la historia de la Comunicación Corporativa, mostrando la evolución de las relaciones públicas a través del estudio de sus principales textos, hitos y pioneros fundamentales, como Ivy Lee o Edward Bernays. De este modo, la materia proporciona una visión integral para comprender el pasado de los medios y las raíces de la comunicación corporativa contemporánea, al tiempo que explora el impacto de la Comunicación en la sociedad, así como su relación con las dinámicas políticas, económicas y sociales de cada periodo histórico.

- **Titulación**: grado en Comunicación Corporativa
- **Módulo/Materia**: módulo I (FUNDAMENTOS DE COMUNICACIÓN). Materia (Comunicación Pública)
- **ECTS**: 6
- **Curso, semestre**: 1º curso, segundo semestre (11 de enero – 24 de abril, 2027)
- **Carácter**: básica
- **Profesorado**: Prof. Dr. José Manuel González Ferrary (jferrary@unav.es) y Prof. Dra. Natalia Rodríguez Salcedo (nrodriguez@unav.es)
- **Idioma**: español
- **Horario** y aula: lunes y jueves, de 12.00 a 14.00 horas, Aula 4. [Del 11 de enero al 23 de abril de 2027]

RESULTADOS DE APRENDIZAJE (Competencias)

CONOCIMIENTOS

RA2- Distinguir el funcionamiento de la comunicación pública y sus efectos psicológicos y sociales, así como las formas contemporáneas de formación de la opinión pública.

RA3- Definir los principales elementos configuradores de la sociedad actual, específicamente en aquellas cuestiones históricas, sociales, culturales, medioambientales, políticas, jurídicas, económicas, empresariales y tecnológicas.

RA5- Distinguir las prácticas globales de comunicación, las condicionadas por diferencias culturales y su impacto en las estrategias comunicativas.

CAPACIDADES

RA22-Interpretar los cambios que se producen en las organizaciones a través de un conocimiento profundo del entorno empresarial, político, jurídico y social.

RA27- Expresar adecuadamente, evitando estereotipos, los principios de la igualdad entre hombres y mujeres, la igualdad de oportunidades y accesibilidad universal de las personas con discapacidad y los valores propios de una cultura de paz, frente a las violencias relacionadas con esas desigualdades, en especial la violencia de género.

RA28- Valorar la importancia de la conciencia ambiental y la responsabilidad individual y colectiva respecto al impacto de los procesos de comunicación en el logro ante el cambio climático, en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Universidad de Navarra

PROGRAMA

Historia de la Comunicación (11 enero – 25 febrero). Prof. José Manuel González Ferrary

1. Introducción: ¿por qué es importante para un comunicador estudiar historia (de la comunicación)?
2. La comunicación antes de la era de la imprenta: el mundo antiguo y la edad media.
3. De la invención de la imprenta a la era de las revoluciones.
4. La prensa en la era industrial: el surgimiento de un nuevo ecosistema comunicativo

Historia de la Comunicación Corporativa (1 marzo – 23 abril). Prof. Natalia Rodríguez Salcedo.

1. Precedentes
2. Orígenes contemporáneos (Estados Unidos)

1. Introducción: Factores de desarrollo

2. Etapa del agente de prensa (S. XIX): Ámbitos de la actividad

3. Etapa del agente de *publicity* (1900-1920)

4. Etapa del consejero de relaciones públicas (1920-1945): Algunos profesionales pioneros

5. De las Relaciones Públicas a la Comunicación Corporativa

ACTIVIDADES FORMATIVAS

-Clases expositivas: 55 horas

-Clases prácticas: 5 horas

-Trabajos individuales y/o en equipo: 5 horas

-Estudio personal: 81 horas

-Tutorías individuales: 1 hora

-Pruebas de evaluación y examen: 25 de febrero (Historia de la Comunicación), 17 de mayo (Historia de la Comunicación Corporativa). Total: 3 horas

EVALUACIÓN

CONVOCATORIA ORDINARIA

1ª parte. Historia de la Comunicación (14 enero- 25 febrero): 50% nota final

-Asistencia a clase y participación: **10% nota final.**

-Examen: 25 de febrero (horario de clase).

2ª parte. Historia de las Relaciones Públicas (14 enero- 25 febrero): 50% nota final

-Trabajo en grupo sobre pioneros de Relaciones Públicas: **20% nota final**.

-Asistencia a clase y participación: **10% nota final.**

-Examen: **17 mayo**. Valor: **70% nota final**.

AVISO: Será necesario aprobar el examen para que los puntos por asistencia y del trabajo en grupo se sumen a la nota obtenida.

La nota final del alumno corresponderá a la media entre las dos partes (Historia Comunicación + Historia Comunicación Corporativa). ATENCIÓN: será necesario obtener al menos un 4,5 en cada una de las dos partes de la asignatura para que pueda hacerse dicha media y aprobar así la asignatura.

CONVOCATORIA EXTRAORDINARIA

Convocatoria extraordinaria de junio: el examen de junio constituirá el 100% de la nota final.

HORARIOS DE ATENCIÓN

Dr. José Manuel González Ferrary (jferrary@unav.es)

Previo mail, martes de 9.00 a 10.00 horas, al profesor **José Manuel González Ferrary (jferrary@unav.es)**

- Despacho 2300 (Dpto. Comunicación Pública), Edificio de Bibliotecas, planta baja.

Dra. Natalia Rodríguez Salcedo (nrodriguez@unav.es)

Previo mail, a la **profesora Natalia Rodríguez Salcedo (nrodriguez@unav.es)**

- Despacho 0690 (Dpto. Marketing y Empresas de Comunicación), Edificio de Bibliotecas, planta baja.

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

1ª parte. Historia de la Comunicación (11 enero – 25 febrero):

Barrera, C. (2004). Historia del Periodismo Universal. Ariel. Localízalo en la Biblioteca

Briggs, A., & Burke, P., (2009). A social history of the media: From Gutenberg to Internet. Maiden, MA, Polity. Localízalo en la Biblioteca

Emery, M. C., & Emery, E. (1992). The press and America: an interpretive history of the mass media (7th ed.). Prentice-Hall. Localízalo en la Biblioteca

Fang, I. (1997). History of Mass Communication: Six information revolutions, Taylor & Francis. Localízalo en la Biblioteca

Kovarik, Bill (2015). Revolutions in Communication: Media History from Gutenberg to the Digital Age (2nd edition). Bloomsbury Academic. Localízalo en la Biblioteca

Sánchez Aranda, J. J. (1998). Pulitzer: luces y sombras en la vida de un periodista genial. Eunsa. Ediciones Universidad de Navarra, S.A. Localízalo en la Biblioteca impreso Localízalo en la Biblioteca electrónico

2ª parte. Historia de la Comunicación Corporativa (1 marzo – 24 abril):

Webs recomendadas (para obtener más direcciones e información sobre ellas, consultar la página web de la asignatura) para Historia de las Relaciones Públicas:

-Sobre historia de las Relaciones Públicas en Estados Unidos:

http://www.prmuseum.com/

-Asociaciones profesionales de Relaciones Públicas:

http://www.ipra.org

http://www.ipr.org.uk

http://www.adecec.com

-Agencias de Relaciones Públicas:

http://www.fleishman.com/

http://www.bm.com

http://www.hillandknowlton.com/

-Publicaciones on-line con actualidad sobre la práctica profesional y las agencias de Relaciones Públicas:

http://www.prnoticias.es

http://www.periodistadigital.com

-Blogs sobre Relaciones Públicas:

Blog de Harold Burson, fundador de Burson-Marsteller:

http://www.burson-marsteller.com/Innovation_and_insights/ blogs_and_podcasts /harold_burson_blog/default.aspx

-Sobre relaciones públicas:

http://dummyspit.wordpress.com/

Podcasts con contenidos sobre Relaciones Públicas:

-De la agencia Edelman:

http://www.edelman.com/insights/

-Inside PR (desde Canadá)

http://www.insidepr.ca/