



UNIVERSIDAD DISTRITAL
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE
CALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

SYLLABUS

Página 1 de 9

COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

-Énfasis (Cuando aplique)

ESPACIO ACADÉMICO (ASIGNATURA) Historia Social de la Comunicación en Colombia					
Código del espacio académico:					
Obligatorio	X	Básico		Complementario	
Electivo		Intrínseco		Extrínseco	
Fecha última actualización	16 Abril de 2020		Grupo:		
Número de créditos:	3				
TIPO DE CURSO					
Teórico	X	Práctico		Teórico-Práctico	
				Virtual	
ALTERNATIVAS METODOLÓGICAS					
Clase magistral	X	Seminario	X	Seminario-Taller	X
Taller	X	Prácticas		Proyectos tutorados	X
Otro:	Exposiciones Guiadas				
HORARIO					
Día	Horas		Salón		
Jueves	9-1				
	1.5				
JUSTIFICACIÓN ESPACIO ACADÉMICO					
<p><i>En el Currículo de la Carrera Comunicación Social y Periodismo, en el Ciclo de profundización y en el Área Conceptual e Histórica a que pertenece del Plan de Estudios, el curso Historia Social de la Comunicación en Colombia, que corresponde a cuarto semestre, se articula con el curso Historia Social de los Medios en el Mundo, pretende fomentar en los estudiantes de la carrera, la reflexión sobre el conocimiento del desarrollo de los medios en el país en relación con la historia social política y económica colombiana. Es fundamental en la formación del comunicador social y periodista de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas comprender en qué contexto y situación sociopolítica se desarrollaron los medios en Colombia y con qué fin; razón por la cual el curso versará sobre dicho conocimiento, haciendo hincapié en el análisis crítico del surgimiento de los medios de comunicación en Colombia. En el estudio de la historia de la comunicación, un lugar central le corresponde al mundo del periodismo (escrito, radial, cinematográfico, televisivo, electrónico), a sus lógicas y rutinas profesionales en la construcción mediática de la realidad, y a su papel en la configuración de las agendas temáticas para la discusión ciudadana en distintas coyunturas histórico-políticas. (López de la Roche 2004) es indispensable para el trabajo periodístico en un país como Colombia, reconocer la labor como un escenario crítico para la construcción de la</i></p>					



UNIVERSIDAD DISTRITAL
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE
CALDAS**

FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

SYLLABUS

Página 2 de 9

identidad nacional, así como para la reflexión sobre los problemas de la sociedad colombiana, y que aún con un origen aristocrático, ha servido como medio de denuncia y reivindicación para la garantía de derechos y contra el abuso del poder político y económico, social ejercido en el país a lo largo de su historia. El curso, que pertenece a los contenidos de cuarto semestre, intenta trazar una línea de continuidad con las discusiones dadas en Historia social de la comunicación en el mundo.

Se espera que los estudiantes se formen en competencias críticas, argumentativas y propositivas que les permitan identificar el contexto socio-histórico en el que se han desarrollado los medios de comunicación en Colombia y en los que se desenvolverán como comunicadores; además de reflexionar sobre su propio quehacer profesional y su compromiso con la verdad y la justicia en la construcción del proyecto de nación.

CONOCIMIENTOS PREVIOS:

El estudiante no requiere conocimientos previos para tomar este curso



UNIVERSIDAD DISTRITAL
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE
CALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

SYLLABUS

Página 3 de 9

PROGRAMACIÓN DE CONTENIDO

OBJETIVO GENERAL

Conocer la historia de los medios de comunicación en Colombia desde una perspectiva social, política y económica que le permita situarse contextualmente y reconocer la importancia de su quehacer profesional frente a la construcción de país.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1) *Reconoce el desarrollo de los medios masivos de comunicación en su contexto específico según épocas y surgimiento.*
- 2) *Analiza las nociones del periodismo desde los contextos históricos en que se desarrollan y su papel en el desarrollo nacional.*
- 3) *Identifica las implicaciones del progreso de las TIC en el transcurrir de los medios de comunicación en Colombia a la luz de los contextos sociales en que se presentan.*
- 4) *Comprende la importancia de los medios masivos en la conformación de la cultura y la sociedad colombiana*

COMPETENCIAS DE FORMACIÓN

*competencias de **contexto** (culturales: este curso le permitirá a los estudiantes de comunicación social y periodismo situarse históricamente en su contexto nacional a través de la historia de los medios de comunicación en el país, **básicas** (podrá reflexionar su papel profesional desde el conocimiento de la realidad colombiana en relación con los medios de comunicación. Así como afianzar sus capacidades cognitivas, argumentativas, y propositivas, **laborales** (dará a los estudiantes las competencias que le facultan para desempeñar su profesión in situ). Las competencias se integran en estándares mínimos de calidad que permitan las transferencias y homologaciones.*

PROGRAMA (UNIDADES TEMÁTICAS Y CONTENIDO DETALLADO)



UNIVERSIDAD DISTRITAL
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE
CALDAS**

FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

SYLLABUS

Página 4 de 9

El desarrollo del curso se dará a través de 4 unidades que corresponden aproximadamente a 4 semanas cada una. Cada unidad didáctica tendrá exposiciones, talleres, debates, cine-foros y paneles de discusión que sirvan de base para formar competencias.

- 1. La Colonia y el Periodismo, El Periódico y su papel político en la lucha por la independencia*
- 2. Periodismo del Siglo XVIII y XIX La consolidación del proyecto nacional y los Medios de comunicación*
- 3. La Colombia del Siglo XX Nuevos medios de comunicación masiva, Democracia y participación política*
- 4. Periodismo en la era Digital Globalización y medios y su papel en el desarrollo de la nación.*

ESTRATEGIAS

Metodología Pedagógica y Didáctica:

Las sesiones de clase serán responsabilidad de los estudiantes que tengan asignado cada tema, deberán hacer la presentación del texto elegido para cada sesión; esta exposición se constituye de dos partes; la primera de ellas versará sobre dar cuenta de los contenidos del texto, la segunda implica una actividad interactiva en la que, a partir del ingenio y creatividad de los estudiantes, se evaluará si los contenidos fueron comprendidos por el resto de la clase. Dicha exposición tendrá un valor del 10% que será parte del segundo corte. Se alternarán diversos trabajos tanto individuales como grupales en la medida en que se desarrollen los temas propuestos.

Todas las sesiones se realizará una evaluación que puede ser oral o escrita y que permitirá ver el análisis que los estudiantes hacen de los contenidos y materiales bibliográficos propuestos para cada sesión.



UNIVERSIDAD DISTRITAL
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE
CALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

SYLLABUS

Página 5 de 9

Trabajo Presencial Directo (TD): trabajo de aula con plenaria de todos los estudiantes.

Trabajo Mediado Cooperativo (TC): Trabajo de tutoría del docente a pequeños grupos o de forma individual a los estudiantes.

Trabajo Autónomo (TA): Trabajo del estudiante sin presencia del docente, que se puede realizar en distintas instancias: en grupos de trabajo o en forma individual, en casa o en biblioteca, laboratorio, etc.

Tipo de Curso	Horas			Horas profesor/semana (TD + TC)	Horas Estudiante/semana (TD + TC +TA)	Total, Horas Estudiante/semestre X 16 semanas	Créditos
	TD	TC	TA				
	4	2	8				

RECURSOS

Aula virtual: Historia Social de la Comunicación en Colombia

Correo Institucional: o el que tengan referenciado ante las dependencias de la Universidad.



UNIVERSIDAD DISTRITAL
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

SYLLABUS

Página 6 de 9

Medios y Ayudas: *Las necesarias para llevar a cabo el desarrollo de los contenidos del curso*

Textos Guía y complementarios: Se asignarán en la medida de las necesidades.

Revistas: Se asignarán en la medida de las necesidades.

Direcciones de internet: Aparecen en el Aula Virtual a medida que se desarrollan los contenidos.

BIBLIOGRAFÍA

Abello, J. (1994). La televisión regional en Colombia: filosofía, realizaciones y perspectivas. Historia de una travesía: cuarenta años de la televisión en Colombia. Bogotá, Colombia: Instituto Nacional de Radio y Televisión. [[Links](#)]

Anzola, P. & Fox, E. (1988). Politics of regional television in Colombia. En E. Fox (Ed.), Media and politics in Latin America (pp. 82-92). Londres, Inglaterra: Sage. [[Links](#)]

Bibliowicz, A. (1979). Lo público es privado: un análisis de la televisión colombiana. Ithaca, NY, EE.UU.: Cornell University. [[Links](#)]

Cacua, A. (1991). Orígenes del periodismo colombiano. Bogotá, Colombia: Editorial Kelly. [[Links](#)]

Camargo, J. A. & García, A. (2011). Aspectos sociales de la introducción del color en la red de televisión colombiana. Folios, 34, 45-55. Colombia: Universidad Pedagógica Nacional. [[Links](#)]

Caracol Televisión. (2004). 50 años: la televisión en Colombia. Una historia para el futuro. Bogotá, Colombia: Zona Ediciones. [[Links](#)]

Carrillo, A. M. & Montaña, A. M. (2006). Vértigo y ficción, una historia contada con imágenes. Noticieros de televisión en Colombia 1954-1970. Signo y Pensamiento, 48,



UNIVERSIDAD DISTRITAL
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE
CALDAS**

FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

SYLLABUS

Página 7 de 9

135-147. [[Links](#)]

Castellanos, N. (2001). La radio en Colombia, una historia de amor y olvido. Signo y Pensamiento, 39, 15-23. [[Links](#)]

Castro Caycedo, G. (1980). La televisión en negro. Bogotá, Colombia: Editorial Hispana. [[Links](#)]

Castro Caycedo, G. (1981). El libro blanco de la TV. Bogotá: Editorial Hispania Ltda. [[Links](#)]

Castro Caycedo, G. (1988). El libro rojo: televisión, crimen y violencia. Bogotá: Editorial Presencia. [[Links](#)]

Círculo de Periodistas de Bogotá-CPB. (1986). ¿Hacia dónde va la televisión en Colombia? Bogotá, Colombia: Gráficas Modernas. [[Links](#)]

Comisión Nacional de Televisión. (1998a). Televisión pública regional: realidad y futuro. Bogotá, Colombia: Autor/Convenio Andrés Bello. [[Links](#)]

Cooper, P. (1984). Apuntes para una historia de la televisión colombiana Bogotá, Colombia: Friedrich Ebert Stiftung Colombia. [[Links](#)]

Fonnegra, G. (1984). La prensa en Colombia: cómo informa? de quién es? a quién le sirve? Bogotá, Colombia: El Ancora Editores. [[Links](#)]

García, A. (2012). Televisión en Colombia: surgimiento de los canales regionales. Revista Virtual Luciérnaga, 7, 23-35. [[Links](#)]

García-Ramírez, D. (2012). Breve historia de la televisión regional en Colombia. Revista Latinoamericana de Ciencia de la Comunicación, 16, 64-72. [[Links](#)]

Gutiérrez, E. (2006). Investigar y comprender la historia de la comunicación. Signo y Pensamiento, 48, 9-21. [[Links](#)]

Gutiérrez, E. (2013). ¿Hay conexión? Historias conectadas en la comunicación iberoamericana del siglo XX. Chasqui, 121, 4-9. [[Links](#)]

Historias de la comunicación(2006). Signo y Pensamiento, 48 Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana-Facultad de Comunicación y Lenguaje. [[Links](#)]

Historia de los medios de comunicación y del periodismo(2011, julio/diciembre). Folios, 26. Medellín, Colombia: Universidad de Antioquia-Facultad de Comunicaciones. [[Links](#)]

Historia de los medios de comunicación y del periodismo(2012, enero/junio). Folios, 27. Medellín, Colombia: Universidad de Antioquia-Facultad de Comunicaciones. [[Links](#)]

Historia de los medios de comunicación social y del periodismo en Colombia. (2005, diciembre). Historia Crítica, 28. Colombia: Universidad de Los Andes-Departamento de



UNIVERSIDAD DISTRITAL
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE
CALDAS**

FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

SYLLABUS

Página 8 de 9

Historia. [[Links](#)]

Hoyos, J. J. (2008). La pasión de contar. El periodismo narrativo en Colombia. Medellín, Colombia: Hombre Nuevo Editores/Editorial Universidad de Antioquia. [[Links](#)]

Hoyos, S. (1990). ¿Importación o imposición de una cultura foránea? Las relaciones Estados Unidos-Colombia vistas a través de la historia de la televisión colombiana (1954-1970). *Historia Crítica*, 3, 133-142. [[Links](#)]

Jaimes, J. M. (1989). Historia del periodismo político en Colombia. Bogotá, Colombia: Ediciones Italgraf. [[Links](#)]

López de la Roche, F. (2005, diciembre). Presentación dossier sobre historia de los medios de comunicación social y del periodismo en Colombia. *Historia Crítica*, 28, 7-19. [[Links](#)]

López de la Roche, F. (2010). La historia de los noticieros de televisión en Colombia y la construcción de una memoria crítica de la sociedad y del oficio periodístico 1954-1984. *Folios*, 24, 51-79. Medellín, Colombia: Universidad de Antioquia. [[Links](#)]

López de la Roche, F. (2012, enero/junio). La ficción y la información noticiosa televisivas de los años 70 a través del prisma de la revista "Alternativa". *Folios*, 27, 139-159. Medellín, Colombia: Universidad de Antioquia. [[Links](#)]

Martín-Barbero, J. (2008). Qué sabemos y qué ignoramos de nuestra televisión. Tomar el Control. Observatorio Nacional de Televisión. Bogotá, Colombia: Comisión Nacional de Televisión/Universidad Javeriana. [[Links](#)]

Martín-Barbero, J. & Muñoz, S. (Coords.). (1992). Televisión y melodrama. Géneros y lecturas de la novela en Colombia. Bogotá, Colombia: Tercer Mundo. [[Links](#)]

Martín-Barbero, J. & Rey, G. (1999). Los ejercicios del ver: hegemonía audiovisual y ficción televisiva. Barcelona, España: Gedisa. [[Links](#)]

>Múnera, L. F. (1992). La radio y la televisión en Colombia: 63 años de historia. Bogotá, Colombia: Apra Ediciones. [[Links](#)]

Muñoz, S. (2004). Cómo es posible hablar de la historia de los medios de comunicación en Colombia. *Revista Sociedad y Economía*, 6, 235-242. [[Links](#)]

Museo Nacional de Colombia. (Coord.). (2003). Medios y nación. Historia de los medios de comunicación en Colombia. Bogotá, Colombia: Editora Aguilar. [[Links](#)]

Ramírez, L. (2001). El gobierno de Rojas y la inauguración de la televisión. *Historia Crítica*, 22, 131-151. [[Links](#)]



UNIVERSIDAD DISTRITAL
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

SYLLABUS

Página 9 de 9

Uribe, M. T. & Álvarez, J. M. (1985). Cien años de prensa en Colombia, 1840-1940. Medellín, Colombia: Universidad de Antioquia. [[Links](#)]

Uribe Sánchez, M. (2005, diciembre). Del cinematógrafo a la televisión educativa: el uso estatal de las tecnologías de comunicación en Colombia (1935-1957). Historia Crítica, 28, 27-28. [[Links](#)]

Valderrama, C. E. (2009). La investigación en medios de comunicación en Colombia 1980-2009. Nómadas, 31, 362-376. [[Links](#)]

Valderrama, C. E. , Rojas, S. & González, V. (2011). Medios de comunicación en Colombia: treinta años de investigación y reflexión. Bogotá, Colombia: Instituto de Estudios Sociales Contemporáneos. [[Links](#)]

Vallejo, M. L. (2006). A plomo herido: una crónica del periodismo en Colombia, 1880-1980. Bogotá, Colombia: Planeta. [[Links](#)]

Varela, M. (2005). La televisión criolla. Desde sus inicios hasta la llegada del hombre a la Luna 1951-1969. Buenos Aires, Argentina: Edhasa. [[Links](#)]

Vizcaíno, M. (1992). Los falsos dilemas de nuestra televisión: una mirada tras la pantalla. Bogotá, Colombia: Asociación Colombiana de Televisión. [[Links](#)]

Vizcaíno, M. (2005, diciembre). La legislación de televisión en Colombia: entre el Estado y el mercado. Historia Crítica, 28, 127-144. [[Links](#)]

Vizcaíno, M. (2006). Universidad y medios masivos: del Estado de bienestar al mercado. Bogotá, Colombia: Editorial Universidad Cooperativa de Colombia. [[Links](#)]

El periodismo en Colombia, una historia de poderes tradicionales.
<https://www.cedal.org.co/es/revista-interaccion/el-periodismo-en-colombia-una-historia-de-compromisos-con-poderes-tradicionales#volver10>

Medios de Comunicación en Colombia, 30 años de investigación y reflexión.
<file:///D:/Usuario/Desktop/Historia%20Medios%20Colombia/572-2250-1-PB.pdf>



UNIVERSIDAD DISTRITAL
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE
CALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

SYLLABUS

Página 10 de 9

ORGANIZACIÓN/TIEMPOS

Espacios, Tiempos, Agrupamientos:



UNIVERSIDAD DISTRITAL
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

SYLLABUS

Página 11 de 9

Se recomienda trabajar una unidad cada cuatro semanas, trabajar en pequeños grupos de estudiantes, utilizar Internet para comunicarse con los estudiantes para revisiones de avances y solución de preguntas (esto considerarlo entre las horas de trabajo cooperativo).

Semana/ unidad temática	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1.	<i>La Colonia y el Periodismo, El Periódico y su papel político en la lucha por la independencia</i>															
2.					<i>Periodismo del Siglo XVIII y XIX La consolidación del proyecto nacional y los Medios de comunicación</i>											
3.									<i>La Colombia del Siglo XX Nuevos medios de comunicación masiva, Democracia y participación política</i>							
4.													<i>Periodismo en la era Digital Globalización y medios y su papel en el desarrollo de la nación.</i>			

EVALUACIÓN

Es importante tener en cuenta las diferencias entre evaluar y calificar. El primero es un proceso cualitativo y el segundo un estado terminal cuantitativo que se obtiene producto de la evaluación. Para la obtención de la información necesaria para los procesos de evaluación se requiere diseñar distintos formatos específicos de autoevaluación, coevaluación y heteroevaluación.

	TIPO DE EVALUACIÓN	FECHA	PORCENTAJE
PRIMER CORTE	Quices, talleres, plenarias, trabajos individuales y grupales.	35% Evaluaciones y entregas del corte	35%
SEGUNDO CORTE	Quices, talleres, plenarias, trabajos individuales y	10% Exposición 25% demás evaluaciones	35%



UNIVERSIDAD DISTRITAL
FRANCISCO JOSÉ DE CALDAS

**UNIVERSIDAD DISTRITAL FRANCISCO JOSÉ DE
CALDAS**

FACULTAD DE CIENCIAS Y EDUCACIÓN

SYLLABUS

Página 12 de 9

	grupales, exposición(10%)		
EXAMÉN FINAL	Proyecto Audiovisual, experiencia de comunicación comunitaria o seguimiento biográfico (a elección de los estudiantes)	30%	30%

ASPECTOS A EVALUAR DEL CURSO

Evaluación de los aprendizajes de los estudiantes en sus dimensiones: individual/grupo, teórica/práctica, oral/escrita. Se puede considerar la autoevaluación y la coevaluación del curso: de forma oral entre estudiantes y docente.