

Introducción .....	11
<i>Tema I.</i>	
Globalización: contexto para entender la Comunicación Global .....	13
Preguntas del tema I: .....	14
1. Definiciones de globalización .....	15
2. Los procesos característicos del siglo XX .....	16
2.1. Nuevo paradigma tecnológico .....	16
2.2. Cambios de poder en el ámbito mundial .....	17
2.3. Internacionalización de la Comunicación y de la Cultura .....	18
2.4. Otros procesos propios del siglo XX .....	18
3. El papel de los medios de comunicación en esos procesos .....	19
3.1. Las tecnologías de la comunicación ayudan a conectar entre sí a las personas .....	19
3.2. La audiencia global .....	20
3.3. Entretenimiento para todo el mundo .....	21
3.4. Participación ciudadana y e-democracia .....	21
4. Conceptos asociados a la globalización y los medios de comunicación .....	22
4.1. Modernización de las sociedades .....	22
4.2. Poscolonialismo .....	22
4.3. Identidad cultural .....	23
4.4. Comunicación para el Desarrollo .....	23
5. Debates relacionados con la globalización .....	24
5.1. Nuevas formas de poder mundial .....	24
5.2. El polémico concepto de sociedad «postinternacional» .....	24
5.3. La comercialización de la cultura .....	25
5.4. Las problemáticas diásporas .....	25

5.5. La hegemonía mundial .....	26
5.6. Globalismo y antiglobalización .....	26
Conceptos clave del tema I: .....	29
<i>Tema II.</i>	
Procesos de información global. Estructura y dinámicas de la comunicación global .....	31
Preguntas del tema II: .....	32
1. La información internacional desde la aparición de las grandes agencias de noticias .....	33
1.1. Las primeras agencias .....	34
1.1.1. La iniciativa de Charles-Louis Havas .....	34
1.1.2. El aprendizaje de Paul Reuter y Bernhard Wolff .....	35
1.1.3. Los acuerdos de intercambio de noticias («Agency News Cartel») .....	36
1.2. El modelo cooperativo de Associated Press .....	37
1.2.1. El sistema cooperativo .....	37
1.2.2. La creación de Associated Press .....	38
1.3. Desarrollo después de los acuerdos internacionales .....	38
1.3.1. Crecimiento de las agencias .....	38
1.3.2. Los conflictos y la interferencia de la política .....	39
1.3.3. La crisis por la I Guerra Mundial .....	41
1.3.4. El final del sistema de acuerdos internacionales .....	42
2. La televisión: desde los sistemas nacionales hasta la consolidación de un fenómeno global .....	42
2.1. Orígenes experimentales .....	43
2.2. Primeros servicios regulares .....	45
2.3. Modelos de servicio .....	51
2.3.1. La televisión pública .....	51
2.3.2. La televisión comercial .....	52
2.4. Desarrollo en los 50 y los 60 .....	53
2.4.1. La creación de los sistemas nacionales: cadenas americanas y europeas .....	53
2.4.2. Innovaciones técnicas .....	55
2.4.3. Fechas destacadas .....	57
2.5. Cambios en la televisión en los 80 .....	57
2.5.1. CNN, la televisión global .....	58
2.5.2. La multiplicación de la oferta televisiva .....	60
2.6. La desregulación de la televisión en los 80 .....	61
2.6.1. Cambios en Estados Unidos .....	62

2.6.2. Desarrollo en Europa de la televisión comercial .....	62
2.7. La «postelevisión» .....	62
2.8. Las conexiones internacionales y los satélites .....	63
3. La digitalización de los medios de comunicación y las telecomunicaciones .....	64
3.1. Los cambios tecnológicos: de lo analógico a lo digital .....	65
3.2. La introducción de los satélites de comunicaciones .....	66
3.3. La aparición y desarrollo de internet desde 1989 .....	67
4. El Nuevo Orden Internacional de la Información y de la Comunicación .....	68
4.1. La Teoría de la Responsabilidad Social de los Medios (Comisión Hutchins de 1943 a 1947) .....	69
4.2. El New World Information and Communication Order .....	70
4.3. La declaración Windhoek para el Desarrollo de una Prensa Libre, Independiente y Pluralista de 1991 .....	73
4.4. El desarrollo de internet cambia el panorama .....	74
Conceptos clave del tema II: .....	78
<i>Tema III.</i>	
La esfera pública global .....	79
Preguntas del tema III: .....	80
1. Noción y orígenes con los regímenes liberales .....	81
1.1. Aproximación histórica: los regímenes liberales como sistemas de gobierno basados en la opinión de la mayoría en una sociedad plural .....	81
1.2. Formulación de «Esfera pública» de Jürghen Habermas. ....	83
1.3. El papel de la prensa y de los medios de comunicación .....	84
1.3.1. Prensa política partidista del siglo XIX .....	84
1.3.2. La prensa informativa posterior .....	85
1.3.3. Los medios audiovisuales de radio y televisión y la intervención del estado para conceder las licencias .....	86
2. Lo público y lo publicado. Los movimientos alternativos .....	88
2.1. El papel mediador del periodismo y la creación de corrientes de opinión dominantes .....	88
2.2. Movimientos críticos alternativos .....	88
2.2.1. Permisivismo y revuelta social .....	89
2.2.2. Movimiento por la igualdad de los derechos civiles .....	92
2.2.3. Contestación estudiantil universitaria y movimientos contrarios a la Guerra de Vietnam .....	93
2.2.4. Segunda ola del movimiento feminista .....	94
2.2.5. Auge del ecologismo .....	95

2.2.6. Manifestaciones de la contra-cultura .....	96
2.3. Los nuevos horizontes de internet .....	97
3. Fronteras entre lo público y lo privado. La espiral del silencio .....	99
3.1. El crecimiento de lo privado en los medios: invasión de los medios de la esfera personal .....	99
3.2. Aumento de posibilidades con internet y las redes sociales. ....	99
3.3. La metáfora de la «Espiral del silencio» de Noelle-Newmann .....	100
3.4. Los procesos de «silenciamiento» .....	101
4. Nuevos actores con los cambios de la comunicación digital .....	104
4.1. Los tradicionales actores .....	104
4.2. La tecnología que cambió el panorama. ....	105
4.3. YouTube como nueva esfera pública .....	106
4.4. Las limitaciones de los nuevos medios .....	107
Conceptos clave del tema III: .....	109
<i>Tema IV.</i>	
Influencia de los estados en un entorno global .....	111
Preguntas del tema IV: .....	112
1. Contexto: evolución de la influencia de los estados en la opinión pública .....	112
1.1. Acción de las autoridades desde los orígenes de la vida social .....	114
1.2. Las revoluciones liberales y su justificación .....	115
1.3. La orientación de la opinión pública .....	116
2. Propaganda .....	117
2.1. Definiciones conceptuales .....	117
2.2. «De Propaganda Fide» desde 1622 .....	118
2.3. Los estados modernos y la institucionalización de la acción propagandística .....	119
2.3.1. Circunstancias especiales de la primera Guerra Mundial .....	119
2.3.2. La actividad del gobierno británico .....	120
2.3.3. El Comité Creel en Estados Unidos .....	122
2.3.4. La propaganda en otros países durante la guerra .....	123
2.3.5. La efectividad en la revolución comunista y en los orígenes del estado soviético .....	123
2.3.6. Los nazis y la creación de una auténtica máquina de propaganda .....	125
2.4. La consideración negativa .....	127
3. Diplomacia Pública y «Soft Power» .....	128
3.1. Definición conceptual .....	128
3.2. Facetas que pueden incluirse en las acciones de «Soft Power» .....	129

3.3. Diplomacia y medios de comunicación en un mundo globalizado .....	130
Conceptos clave del tema IV: .....	131
<i>Tema V.</i>	
Ficción y entretenimiento: equilibrio entre lo global y local .....	133
Preguntas del tema V: .....	134
1. La creación de los grandes grupos comunicativos .....	137
1.1. Aparición y desarrollo de las empresas multimedia .....	137
1.2. La convergencia tecnológica .....	139
1.3. Las ventajas de competir en un mercado global .....	142
2. El predominio de los productos audiovisuales estadounidenses: cine y televisión .....	143
2.1. El auge de Hollywood en los años de entreguerras .....	143
2.2. La televisión estadounidense adelantada al resto .....	150
2.3. La explotación de la ventaja de ser comercial .....	150
3. Las llamadas industrias culturales y predominio de unos países sobre otros .....	153
3.1. La comercialización de la cultura en una sociedad de ocio .....	153
3.2. La definición de Horkheimer y Adorno .....	154
3.3. La dialéctica de la llamada cultura popular .....	156
4. La cuestión del imperialismo cultural y del multiculturalismo .....	157
4.1. La «imperfobia» .....	157
4.2. El contexto de la Guerra Fría y el antiamericanismo creciente .....	158
4.3. El multiculturalismo como modo de igualar todas las culturas .....	158
5. El deporte como factor de globalización y el papel de los medios de comunicación .....	160
5.1. Creciente importancia del deporte en las sociedades contemporáneas .....	160
5.2. Papel clave de los medios de comunicación en la popularización .....	162
5.3. El negocio televisivo y la profesionalización del deporte .....	163
Conceptos clave del tema V: .....	166
<i>Tema VI.</i>	
Campañas globales de comunicación estratégica .....	167
Preguntas del tema VI: .....	168
1. Aproximación a la comunicación estratégica .....	170
1.1. Concepto de comunicación estratégica .....	170
1.1.1. Aproximación al concepto desde el ámbito de la Defensa .....	170
1.1.2. Traslación al ámbito de la empresa .....	171
1.2. Diferentes términos relacionados con ese concepto .....	173
1.3. Evolución del modo de entender la persuasión .....	173

2. Campañas globales de las agencias publicitarias .....	177
2.1. Nacimiento en Estados Unidos por la expansión comercial .....	177
2.2. Expansión internacional de las agencias y la concentración al globalizarse .....	178
2.3. Grandes agencias globales .....	179
2.4. Las marcas globales .....	179
2.5. La capacidad de influir de la publicidad .....	180
3. El crecimiento de iniciativas que se plantean con una perspectiva global	182
3.1. El protagonismo progresivo de las ONGs y de agencias dependientes de la ONU .....	182
3.2. Diferencia entre mercadotecnia con causa y marketing social .....	183
3.3. Marketing filantrópico .....	184
3.2. Las nuevas posibilidades que brindan los avances técnicos .....	184
Conceptos clave del tema VI: .....	185
<i>Tema VII.</i>	
Globalización de la economía y Comunicación .....	187
Preguntas del tema VII: .....	188
1. Las relaciones comerciales y su desarrollo desde la Edad Media .....	189
1.1. Las casas comerciales y sus redes de información .....	190
1.2. El paso de la información manuscrita a la imprenta .....	192
2. Importancia de la información para el desarrollo económico: los medios especializados .....	193
2.1. Las gacetas sobre temas económicos .....	193
2.2. Revistas especializadas propiamente en cuestiones económicas: <i>The Economist</i> .....	193
2.3. Importancia del papel de la Agencia Reuters .....	195
2.4. Otros diarios y revistas de referencia .....	196
2.5. Revistas estadounidenses especializadas: <i>Forbes, Fortune,</i> <i>Businessweek</i> .....	198
3. Popularización de los contenidos propiamente económicos y financieros, y fuentes de información .....	199
3.1. Las primeras bolsas europeas y la necesidad de información .....	199
3.2. El auge de la información bursátil en el siglo XIX y el telégrafo .....	200
3.3. El «Stock Ticker» como unión entre el telégrafo y la imprenta .....	201
3.4. Las aportaciones de Dow y Jones, y de Reuters .....	202
3.5. La Western Union y el télex .....	203
3.6. Nasdaq, SEAO, Easdaq, las primeras bolsas deslocalizadas .....	204
Conceptos clave del tema VII: .....	205
Bibliografía .....	207