

CURSO ACADEMICO: 2009-2010

LICENCIATURA: Periodismo

Código:	20690
Asignatura:	Historia General de la Comunicación
Tipo de asignatura:	Troncal
Nº de créditos:	5
Profesorado:	Carles Figuerola, José María Perceval
Semestre:	1

OBJETIVOS DE LA ASIGNATURA:

- Mostrar a través del recorrido histórico de la humanidad como los grupos humanos se establecen en comunidad en y a través de la comunicación (estableciendo redes de comunicación cada vez más complejas, extensas e instantáneas).
- Proceder a una reelaboración de la memoria histórica en función de los intereses de un profesional de la comunicación
- Cambiar el paradigma de la historia como asignatura para explicar el pasado, y convertirla en una disciplina científica para descubrir el presente.
- Concienciar al alumno de que la materia informativa con la que trabaja está situada en un espacio y un tiempo concreto y asumir esta conciencia espacio-temporal de la noticia mediante una serie de trabajos prácticos.

TEMARIO:

Introducción a la teoría y metodología de la historia de la comunicación en relación con las otras ciencias sociales; conceptos y conocimientos de los sistemas, soportes, prácticas y registros de la memoria en una explicación que rompe con la linealidad de la historia, el androcentrismo y el eurocentrismo

Primer tema -. Sociedades nómadas y primeras sociedades agrarias: la expansión de la humanidad a partir de África, descubrimiento del fuego, comunicación gestual/oral.

Segundo tema -. El nacimiento de los imperios llamados hidráulicos: calendario, regulación social y vías de transporte, memoria estructurada en sistemas religiosos mitológicos, contabilidad y escritura.

Tercer tema -. Monoteísmos y revolución salvacionista: primer esquema androcéntrico en torno al Logos (palabra de dios) y organización sacerdotal.

Cuarto tema -. La llamada excepcionalidad europea: un continente pobre en materias primas y débil agrícolamente abocado a la expansión; la polis (humanismo y democracia), segundo esquema androcéntrico en torno al Logos filosófico; el fracaso del imperio romano como construcción geopolítica y su éxito como base legislativa y moral de la sociedad occidental.

Quinto tema -. Europa en la periferia imperial durante la llamada Edad Media: el monasterio como sistema y red de comunicación, información icónica y manuscrita; el florecimiento de las lenguas romances y los trovadores; la imposible renovatio imperial con las luchas del papado-imperio y el nacimiento de los reinos soberanos.

Sexto tema -. El renacimiento de las ciudades europeas: mercados, comercio y noticias. El gótico como arte de comunicación icónico/espacial y el Renacimiento como renovatio personal; la expansión europea y la sucesiva destrucción de los imperios de ultramar (diferencia entre imperios metalíferos/comerciales e imperios coloniales).

Séptimo tema -. El mundo de la imprenta y la destrucción de los tres órdenes (sacerdotes, guerreros y agricultores); nuevo concepto de la comunicación interclasista en la reforma del XVI (tanto la protestante como la católica); descubrimiento de la responsabilidad personal y la relación mental con Dios; desarrollo de la economía monetarista; el barroco como último arte ‘popular’ y audiovisual de la premodernidad.

Octavo tema -. La nueva sociabilidad individual: la corte, el salón y el café; la impresión de textos y su influencia social; sistemas de propaganda, publicidad monárquica y orígenes del periodismo.

Noveno tema -. Academia-club-partido-prensa periódica: la ilustración y la conformación del espacio público de opinión burguesa; 1648 a 1789: soberanía nacional, ruptura de las redes de comunicación internas de la Cristiandad y estados-nación; los enciclopedistas : sus conceptos y definiciones con la ruptura de la tradición y el invento del ‘progreso’; la revolución francesa y la americana, marcos del nuevo contrato social y de la organización de la comunicación social.

Décimo tema -. Imperialismo y nacionalismo, las redes de comunicación en la revolución industrial: los estados-nación como factores de comunicación e

incomunicación desde la revolución francesa a las guerras civiles europeas; su conexión con el ferrocarril, las armas automáticas, el telégrafo-teléfono y la reproducción gráfica impresa de los acontecimientos a partir del desarrollo de la fotografía.

Undécimo tema -. El capitalismo y sus crisis de expansión en relación con los medios de comunicación: la lucha por el ocio (jornada de trabajo y derechos sindicales y salariales) y el desarrollo de los soportes de comunicación (fotografía, radio y cine) y de los medios de transporte urbano; la comunicación de masas (agencias informativas, aumento de tirada de la prensa, sensacionalismo) y la propaganda comercial (nuevo mercado de consumo); la ciudad como espectáculo del deporte y la cultura.

Duodécimo tema -. El siglo XX entre totalitarismos y democracia. La perversión de la soberanía popular y la comunicación bajo los totalitarismos: utilización de los medios de comunicación de masas y destrucción de los espacios públicos de opinión. La transformación de la democracia bajo el sufragio universal y femenino (la necesidad de la descolonización y la transformación del imperialismo bajo las nuevas formas de gestión de la información).

Treceavo tema -. La comunicación en la sociedad de consumo desde los años sesenta. La extensión del modelo de estado nación a todo el planeta en dos formas diferentes (autocentrado y descentrado) y su crisis total; constitución de una red mundial de comunicación bajo la égida norteamericana (agencias internacionales, modelo de vida Hollywoodiense, multinacionales y macdonalización); de la democratización de la fotografía a la multiplicidad del consumo audiovisual actual, la nueva imagen femenina y la renovación de los valores masculinos en arquetipos de competitividad intergéneros.

Catorceavo tema -. El triunfo de una sola potencia sobre el modelo totalitario soviético, la guerra de las galaxias reaganiana y la invención del eje del mal (a través de las películas de Hollywood); la industria de la comunicación y las llamadas empresas tecnológicas como factor de desarrollo y crisis; victoria del audiovisual sobre lo impreso y la cultura del libro (el fin de la modernidad); omnipresencia de la comunicación y globalización de la sociedad de la información; informatización y nuevas tecnologías en el ocio y el trabajo.

Quinceavo tema -. Reflexiones sobre la nueva aldea global (realidad y mitificación de la metáfora): inmediatez comunicativa (de Internet a los reality shows), nuevo analfabetismo tecnológico, igualdad desigual del acceso a los medios, descontrol de los medios, entre la globalización y la mundialización, la aparición de resistencias (de la tecnofobia al nuevo localismo, de la utilización de la tecnología por el nuevo terrorismo

al control de la tecnología como excusa en la lucha contra el terrorismo), la explosión del acceso a la información y la producción (del mp3 al Dvd)...

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

CROWLEY, David; HEYER, Paul (ed.), *La comunicación en la historia (tecnología, cultura, sociedad)*, Bosch comunicación, Barcelona, 1997.

WILLIANS, Raymond (ed.), *Historia de la comunicación, Vol. I: Del lenguaje a la escritura. Vol. II: De la imprenta a nuestros días*, Bosch comunicación, Barcelona, 1992.

BORDERIA ORTIZ, Enric et altri, *Historia de la comunicación social*, editorial Síntesis, Madrid, 1996.

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:

BENÉVOLO, Leonardo, *La ciudad europea*, Crítica, barcelona, 1992.

BERRIO, Jordi, *L'opinió pública i la democracia*, Pòrtic, Barcelona, 1990.

CHALIAND, Gérard, RAGEAU, Jean-Pierre, *Atlas de los imperios (de Babilonia a la Rusia Soviética)*, Paidós, Barcelona, 2001.

CHARTIER, Roger, *Historia de la lectura*, Taurus, Madrid, 2001.

CHAVAILLON, Jean, *La edad de oro de la humanidad. Crónicas del paleolítico*, Península, Barclona, 1998.

DAVIS, Flora, *La comunicación no verbal*, alianza editorial, Madrid, 1997.

FERRAROTTI, Franco, *La historia y lo cotidiano*, Península, Barcelona, 1991.

FREUND, Gisèle, *La fotografía como documento social*, Gustavo Gili, barcelona, 1993.

GELLNER, Ernest, *El arado, la espada y el libro. La estructura de la historia humana*, Península, Barcelona, 1994.

HABERMAS, Jünger, *Más allá del estado nacional*, Trotta, Madrid, 1997.

MANGUEL, Alberto, *Una historia de la lectura*, Alianza Editorial, Madrid, 1998.

MORENO, Amparo, *La mirada informativa*, Bosch, Barcelona, 1998.

METODOLOGÍA DOCENTE: TEORÍA

Explicar la historia general de la comunicación como un recorrido de la humanidad en y a través de las redes de comunicación que, cada vez, adquieren una mayor complejidad, rapidez, instantaneidad.

Reelaborar la historia de la humanidad desde el punto de vista de una mirada informativa diferente de la visión política, tecnológica o economicista de la historia tradicional. Para ello, adoptamos una metodología pluridisciplinar que subsume y se enriquece con las aportaciones teóricas de diferentes ciencias sociales.

Destacar la importancia en los avances de la comunicación (como adquisición de un mayor sentido de comunidad) y los frenos de la incomunicación (violencia y justificadores de la violencia).

Explicar las relaciones de dominio sobre los soportes y medios de comunicación por parte de grupos sociales y poderes políticos a través de esta historia.

Liberar al estudiante de los mitos eurocentristas y androcéntricos automáticos que ofrece la explicación tradicional de la historia. Del mismo modo, a través de una explicación de las redes sociales y las relaciones de dominio que se encuentran tras los avances tecnológicos, obviar una historia teleológica (finalista) que atribuye un carácter superior a las sociedades llamadas ‘avanzadas’.