

Història de la Comunicació

2012/2013

Codi: 103025
Crèdits ECTS: 6

Titulació	Pla	Tipus	Curs	Semestre
2501935 Graduat en Publicitat i Relacions Públiques	972 Graduat en Publicitat i Relacions Públiques	FB	1	1

Professor de contacte

Nom: Josep Maria Perceval Verde
Correu electrònic: JosepMaria.Perceval@uab.cat

Utilització d'idiomes

Llengua vehicular majoritària: català (cat)
Algun grup íntegre en anglès: No
Algun grup íntegre en català: Sí
Algun grup íntegre en espanyol: No

Prerequisits

No es requereixen coneixements específics diferents dels que s'assoleixen després de cursar el batxillerat

Objectius

L'assignatura es realitza a primer curs durant el primer semestre i pertany al bloc formatiu de "Comunicació".

A partir d'aquesta assignatura l'estudiant assolirà objectius fonamentals del grau de periodisme:

Demostrar que té un coneixement bàsic de la dinàmica actual del món que li permetin emmarcar la informació d'actualitat en el seu context.

Reunir i relacionar dades pròpies de l'activitat periodística que incloguin una reflexió sobre temes rellevants de tota mena per interpretar i difondre a la societat.

Competències

- Aplicar el pensament científic amb rigor.
- Buscar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a l'elaboració de missatges publicitaris.
- Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
- Demostrar esperit crític i autocrític.
- Demostrar un coneixement adequat de la realitat sociocomunicativa de Catalunya en el context espanyol, europeu i mundial.
- Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
- Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant a les llengües oficials (català i castellà) com en una tercera llengua.
- Diferenciar les principals teories de la disciplina, els seus camps, les elaboracions conceptuals, els marcs i els enfocaments teòrics que fonamenten el coneixement de la disciplina i els seus diferents àmbits i subàrees, així com el seu valor per a la pràctica professional mitjançant casos concrets.
- Gestionar el temps de manera adequada.
- Identificar les tradicions comunicatives contemporànies catalana, espanyola i internacional i les seves modalitats d'expressió específiques, així com la seva evolució històrica i les teories i conceptes que les estudien.

- Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.
- Usar una tercera llengua com a forma de treball i expressió professional en els mitjans de comunicació.

Resultats d'aprenentatge

1. Aplicar el pensament científic amb rigor.
2. Buscar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a l'elaboració de missatges publicitaris.
3. Contextualitzar els diferents corrents publicitaris i l'obra de publicitaris de referència.
4. Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
5. Demostrar esperit crític i autocrític.
6. Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
7. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant a les llengües oficials (català i castellà) com en una tercera llengua.
8. Explicar l'evolució de les tradicions publicitàries contemporànies internacionals.
9. Gestionar el temps de manera adequada.
10. Identificar els fonaments de les teories i de la història de la comunicació.
11. Relacionar l'evolució històrica de les modalitats i tradicions comunicatives amb els grups mediàtics que han ostentat en un determinat moment el poder de comunicar.
12. Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.
13. Trobar el que és substancial i rellevant en documents sobre teoria, estructura i història de la comunicació en una tercera llengua.

Continguts

Tema 1	N ε /i · F ε Y L
Comunicación oral-gestual	
Explicación de la comunicación en las sociedades ágrafas. Gramáticas del tótem y el tabú, organización de la comunicación en las sociedades animistas y primeras manifestaciones icónicas. El cuerpo como soporte de comunicación (trabajo sobre el cuerpo de forma permanente - tatuaje, incisiones... - y temporal - maquillaje, vestidos, gestualidad consensuada -. Continuidad de esta comunicación oral-gestual hasta la actualidad.	
Tema 2	
Escritura	
Tema 3	
Imprenta	
La originalidad y las diferencias del invento de Gutenberg y sus tipos móviles. La expansión del libro desde los incunables a la formación de las grandes bibliotecas. La periodización de la noticia: de los avisos a las gacetas y diarios. 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. Academia-club-partido-prensa periódica: la ilustración y la conformación del espacio público de opinión burguesa.	
Tema 4	
Comunicación en la Revolución industrial	
Tema 5	

Medios de comunicación de masas

Tema 6

Revolución digital y sociedad del conocimiento

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; omnipresencia de la comunicación y globalización de la sociedad de la información; informatización y nuevas tecnologías en el ocio y el trabajo. Reflexiones sobre la nueva aldea global (realidad y mitificación de la metáfora): inmediatez comunicativa (de Internet a los reality shows), nuevo analfabetismo tecnológico y brecha digital: la explosión del acceso a la información y la producción (del mp3 al Dvd)...

Metodologia

L'aprenentatge estarà basat en la resolució de casos pràctics i l'estudi de cas. Es fomentarà el treball col·laboratiu i la capacitat d'anàlisi crítica i de reflexió.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
pràctiques	95	3,8	3, 8, 10, 11, 13

Avaluació

E-A Dirigit:

Treballs pràctics supervisats i dirigits: 60% nota

Examen: 30 % nota

Participació a classe i autoavaluació justificada: 10% nota.

reavaluació

s'efectuarà reavaluació amb el 70% de les pràctiques i exàmens aprovats

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Treballs i prova final	Treballs pràctics supervisats i dirigits: 60% nota Examen: 30 % nota Participació a classe i autoavaluació justificada: 10% nota	55	2,2	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13

Bibliografia

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

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

WILLIAMS, 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.

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.