

Història de la Comunicació

2013/2014

Codi: 103025

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501935 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

- Publicitat i Relacions Públiques
- 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

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.