

Història de la Comunicació

Codi: 103843
Crèdits: 6

Titulació	Típus	Curs	Semestre
2501928 Comunicació Audiovisual	FB	1	1

Professor de contacte

Nom: Maria José Recoder Sellarés
Correu electrònic: MariaJosep.Recoder@uab.cat

Utilització d'idiomes a l'assignatura

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

Equip docent

Josep Maria Perceval Verde

Prerequisits

No es requereixen coneixements específics diferents dels que s'assoleixen després de cursar el batxillerat. Es dona per fet que els estudiants disposen d'un correcte coneixement de les llengües catalana i/o castellana tant escrita com oral com de comprensió lectora.

Objectius

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

A partir d'aquesta assignatura el/la estudiant assolirà objectius fonamentals del Grau de Comunicació Audiovisual, que l'han d'ajudar a:

- Demostrar que té un coneixement bàsic de la dinàmica actual del món que li permet emmarcar la informació d'actualitat en el seu context.
- Reunir i relacionar dades pròpies de la realitat quotidiana que incloguin una reflexió sobre temes rellevants de tota mena per interpretar i difondre a la societat.
- Reflexionar sobre els canvis que s'han produït en l'àmbit comunicatiu al llarg dels segles, i de quina forma això transforma les relacions humanes, culturals, polítiques, econòmiques i socials de la humanitat.

Competències

- Aplicar el pensament científic amb rigor.
- Buscar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i document útil per a l'elaboració de productes comunicatius.
- Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
- Demostrar esperit crític i autocrític.

- Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
- Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
- Diferenciar les principals teories de la disciplina, els seus camps i les elaboracions conceptuals, així com el seu valor per a la pràctica professional.
- Gestionar el temps de manera adequada.

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 productes comunicatius.
3. Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
4. Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
5. Desenvolupar l'esperit crític i autocrític.
6. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
7. Gestionar el temps de manera adequada.
8. Identificar els fonaments de les teories i de la història de la comunicació.

Continguts

Tema 1

Introducció a la Història de la Comunicació

Definició, metodologia i objectius.

Tema 2

Comunicació oral-gestual

Explicació de la comunicació a les societats àgrafes. Gramàtiques del tòtem i el tabú, organització de la comunicació a les societats animistes i primeres manifestacions icòniques. El cos com a suport de comunicació (treball sobre el cos de forma permanent - tatuatge, incisions ... - i temporal - maquillatge, vestits, gestualitat consensuada). Continuïtat d'aquesta comunicació oral-gestual fins a l'actualitat.

Tema 3

Escriptura

Naixement, desenvolupament i debats al voltant de l'escriptura. Precedents i temptatives de classificació dels diferents sistemes d'escriptura: del pictograma a la fonetització. Efectes i impacte de l'escriptura en l'organització social, econòmica i cultural. La importància del suport i les eines. La invenció del llibre. La credibilitat de l'escrit. L'escriptura com a art. Monestirs i copistes. Conseqüències de l'alfabetització. Escriptura i model aristotèlic de pensament. L'escriptura com a atribut del poder. Dones i escriptura: teixir i escriure. Societats sense escriptura.

Tema 4

Impremta

L'originalitat i les diferències de l'invent de Gutenberg i els seus tipus mòbils. L'expansió del llibre des dels incunables a la formació de les grans biblioteques. La periodització de la notícia: dels avisos a les gasetes i diaris. La nova sociabilitat individual: la cort, el saló i el cafè; la impressió de textos i la seva influència social; sistemes de propaganda, publicitat monàrquica i orígens del periodisme. Acadèmia-club-partit-premsa periòdica: la Il·lustració i la conformació de l'espai públic d'opinió burgesa.

Tema 5

Comunicació a la revolució industrial

Revolució industrial: bases conceptuals i materials. Indústria, economia i revolució energètica. El paper dels transports, vies de comunicació. Progressos tècnics en el món de la comunicació. L'abolició de la distància: el telègraf, el telèfon, els serveis postals. Enlairament de la premsa: premsa seriosa i premsa popular. Creació de les agències de premsa. Fotografia i precedents de la imatge en moviment.

Tema 6

Mitjans de comunicació de masses

L'emergència del cinema i la ràdio. La mobilització de la premsa en la I Guerra Mundial. Sistemes públics i privats de gestió dels nous mitjans de masses. L'enlairament interromput de la televisió. La premsa escrita enfront de nous reptes. El fenomen dels magazins il·lustrats. Les dues edats del cinema: cinema mut i cinema sonor. Els noticiaris cinematogràfics. Publicitat i propaganda: usos i explotació dels mitjans als estats totalitaris i a les democràcies. Mobilització dels mitjans en la II Guerra Mundial: per què lluitem? Explosió de la televisió. Cinema i ràdio enfront de la competència de la televisió.

Tema 7

Revolució digital i societat del coneixement

La indústria de la comunicació i les anomenades empreses tecnològiques com a factor de desenvolupament i crisi; victòria de l'audiovisual sobre l'imprès i la cultura del llibre; omnipresència de la comunicació i globalització de la societat de la informació; informatització i noves tecnologies en l'oci i el treball. Reflexions sobre el nou veïnatge universal (realitat i mitificació de la metàfora): immediatesa comunicativa (d'Internet als reality shows), nou analfabetisme tecnològic i bretxa digital: l'explosió de l'accés a la informació i la producció (de l'MP3 a DVD). ..

Metodologia

L'aprenentatge estarà basat en diversos aspectes:

- La lectura de textos bàsics sobre la història de la comunicació. El llibre "Historia mundial de la comunicació" de José Maria Perceval (veure bibliografia) serà lectura obligatòria per a l'examen final.
- L'estudi de cas de diversos temes on caldrà elaborar treballs de forma individual o en grup.
- Presentacions orals a l'aula sobre els temes estudiats.

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			
Classes magistrals	37,5	1,5	3, 5, 6, 8
Seminaris	15	0,6	4, 6
Tipus: Supervisades			
Tutories de seguiment	7,5	0,3	1, 2, 3, 5, 7

Tipus: Autònomes

Lectures, anàlisis, preparació de treballs	82,5	3,3	2, 3, 4, 6, 7
--	------	-----	---------------

Avaluació

L'avaluació de l'assignatura consta de tres parts, el pes específic de les quals és:

- Treballs pràctics supervisats i dirigits fets a l'aula i a casa: 50% nota.
- Examen: 40 % nota.
- Participació a classe i autoavaluació justificada: 10% nota.

Per aprovar l'assignatura es farà nota mitjana entre les 3 parts. Cal que estiguin aprovats amb 5 punts l'examen i que sigui un mínim de 5 punts la nota resultant de fer el promig de les pràctiques, que han de fer-se totes.

Les tres darreres setmanes de curs es dedicaran a la reavaluació. Només es podrà reavaluar l'examen. Per anar a la reavaluació caldrà que els/les estudiants hàgiu fet l'examen del curs en primera convocatòria i haver-ne aconseguit una nota mínima de 3 punts.

Els treballs de curs o l'examen que tinguin més de 5 faltes d'ortografia i/o estructura gramatical seran suspesos.

Tots els detalls del sistema d'avaluació es concretaran el primer dia de classe i es faran públics a l'Aula Moodle de l'assignatura.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Examen	40%	3	0,12	1, 5, 6, 7, 8
Participació a classe i autoavaluació justificada	10%	1,5	0,06	5, 6, 8
Treballs pràctics supervisats i dirigits	50%	3	0,12	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8

Bibliografia

BIBLIOGRAFIA Bàsica:

PERCEVAL, José María, Historia mundial de la comunicación, Cátedra, Madrid, 2015.

RUEDA LAFFOND, José Carlos, GALÁN FAJARDO, Elena, RUBIO MORAGA, Ángel L., Historia de los Medios de Comunicación, Alianza Universidad Manuales, 2014.

SAGI, Víctor. Historia de la Publicidad, Barcelona, Ediciones Invisibles, 2011.

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.

BIBLIOGRAFIA Complementària:

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

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

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, Barcelona, 1998.

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

DAVIS, Flora, La comunicación no verbal, Alianza editorial, Madrid, 1997.

EGUIZABAL, Raúl (2011): Historia de la Publicidad, Madrid, Fragua.

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

GELLNER, Ernest, El arado, la espada y el libro. La estructurade 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.

MONTERO, Mercedes; RODRÍGUEZ, Natalia y VERDERA, Francisco (2010): Historia de la Publicidad y de las Relaciones Públicas en España (volumen 1), Sevilla-Zamora, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

MONTERO, Mercedes; RODRÍGUEZ, Natalia; RODRÍGUEZ, Jordi y DEL RÍO, Jorge (2010): Historia de la Publicidad y de las Relaciones Públicas en España (volumen 2), Sevilla-Zamora, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

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