

**Història de la Comunicació**

Codi: 103854  
Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501933 Periodisme	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 Figueres Artigues  
Pedro Manuel Molina Rodriguez-Navas

**Prerequisits**

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

Es dona per fet que els estudiants dominen el català i/o el castellà oral, escrit i 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 l'estudiant assolirà objectius fonamentals del Grau de Periodisme, 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 l'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 en 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, i adquirir un coneixement sistemàtic de l'estructura dels mitjans de comunicació.
- Gestionar el temps de manera adequada.
- Identificar les tradicions periodístiques 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 productes comunicatius.
3. Contextualitzar els diferents corrents periodístics i l'obra de periodistes de referència.
4. Demostrar capacitat d'autoaprenentatge i autoexigència per aconseguir un treball eficient.
5. Descriure l'estructura dels mitjans de comunicació i les seves dinàmiques.
6. Desenvolupar estratègies d'aprenentatge autònom.
7. Desenvolupar l'esperit crític i autocrític.
8. Desenvolupar un pensament i un raonament crítics i saber comunicar-los de manera efectiva, tant en català i castellà com en una tercera llengua.
9. Diferenciar les especificitats dels llenguatges comunicatius escrits i audiovisuals.
10. Explicar l'evolució de les tradicions periodístiques contemporànies internacionals.
11. Gestionar el temps de manera adequada.
12. Identificar el sistema de mitjans de comunicació i els grups que han ostentat en un determinat moment el poder d'informar, i poder detallar el marc legal que crea un determinat govern sobre els mitjans de comunicació.
13. Identificar els fonaments de les teories i de la història de la comunicació.
14. Identificar els fonaments estructurals del sistema comunicatiu.
15. Interpretar i discutir textos de les principals teories de la comunicació i del periodisme i exposar per escrit i en públic la síntesi de les seves anàlisis.
16. Relacionar l'anàlisi social i els impactes de les noves tecnologies de la comunicació.
17. Relacionar l'evolució històrica de les modalitats i tradicions periodístiques amb els grups que han ostentat en un determinat moment el poder d'informar i la manera d'accedir a aquest poder.
18. Respectar la diversitat i la pluralitat d'idees, persones i situacions.
19. Trobar el que és substancial i rellevant en documents sobre teoria, estructura i història de la comunicació en una tercera llengua.

## 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 comunicatiu (el treball sobre el cos de forma permanent -tatuatges, incisions- i temporal -maquillatge, vestimenta, gestualitat consensuada...-). Continuitat de la 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. Un dels textos serà de lectura obligada i avaluable a l'examen. S'indicarà a l'aula quina és la obra.
- 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
<b>Tipus: Dirigides</b>			
Classes magistrals	46	1,84	1, 2, 4, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 18
<b>Tipus: Supervisades</b>			
Pràctiques	75,5	3,02	3, 5, 9, 10, 16, 17
<b>Tipus: Autònomes</b>			
Lectures	21	0,84	8, 15, 19

## 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, queh an 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 estudiants hagi fet l'examen del curs en primera convocatòria i tret un mínim de 3 punts en el mateix.

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 al Campus Virtual.

## Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Examen	40%	3	0,12	1, 2, 3, 4, 5, 7, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19
Participació a classe i autoavaluació justificada	10%	1,5	0,06	1, 2, 4, 7, 8, 18
Treballs pràctics supervisats i dirigits	50%	3	0,12	1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19

## Bibliografia

### BIBLIOGRAFÍA BÁSICA:

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.

### **BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA:**

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, Barclona, 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 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.

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.