

Historia de la Comunicación

Código: 103843
 Créditos ECTS: 6

Titulación	Tipo	Curso	Semestre
2501928 Comunicación Audiovisual	FB	1	1

Contacto

Nombre: Josep Maria Perceval Verde

Correo electrónico: JosepMaria.Perceval@uab.cat

Uso de idiomas

Lengua vehicular mayoritaria: catalán (cat)

Algún grupo íntegramente en inglés: No

Algún grupo íntegramente en catalán: Sí

Algún grupo íntegramente en español: No

Equipo docente

Josep Maria Perceval Verde

Prerequisitos

No se requieren conocimientos específicos diferentes de los que se adquieren después de cursar el bachillerato. Se da por hecho que los alumnos/as tienen un conocimiento adecuado del catalán y el castellano.

Objetivos y contextualización

La asignatura se realiza en el primer curso durante el primer semestre y pertenece al bloque formativo de **Comunicación**.

A partir de esta asignatura el/la estudiante alcanzará a cumplir objetivos fundamentales del Grado de Comunicación Audiovisual que le han de ayudar a :

- Demostrar que tiene un conocimiento básico de la dinámica actual del mundo que le permita emmarcar la información de actualidad en su contexto.
- Reunir y relacionar datos propios de la realidad cotidiana que incluyan una reflexión sobre temas relevantes para interpretar y difundir en la sociedad.
- Reflexionar sobre los cambios que se han producido en el ámbito comunicativo a lo largo de los siglos y en qué forma esto transforma las relaciones humanas, culturales, políticas, económicas y sociales de la humanidad.

Competencias

- Aplicar el pensamiento científico con rigor.
- Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de productos comunicativos.
- Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.

- Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
- Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
- Desarrollar un pensamiento y un razonamiento crítico y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en catalán y castellano como en una tercera lengua.
- Diferenciar las principales teorías de la disciplina, sus campos, las elaboraciones conceptuales así como su valor para la práctica profesional.
- Gestionar el tiempo de forma adecuada.

Resultados de aprendizaje

1. Aplicar el pensamiento científico con rigor.
2. Buscar, seleccionar y jerarquizar cualquier tipo de fuente y documento útil para la elaboración de productos comunicativos.
3. Demostrar capacidad de autoaprendizaje y autoexigencia para conseguir un trabajo eficiente.
4. Demostrar espíritu crítico y autocrítico.
5. Desarrollar estrategias de aprendizaje autónomo.
6. Desarrollar un pensamiento y un razonamiento crítico y saber comunicarlos de manera efectiva, tanto en catalán y castellano como en una tercera lengua.
7. Gestionar el tiempo de forma adecuada.
8. Identificar los fundamentos de las teorías y de la historia de la comunicación.

Contenido

Tema 1

Introducción a la Historia de la Comunicación

Definición, metodología y objetivos.

Visibilidad e invisibilidad del concepto 'femenino' en la historia de la comunicación. Priorización de lo 'masculino' en la historia de la comunicación: explicación del modelo androcéntrico de dominio y visión del mundo patriarcal.

Tema 2

Comunicación oral-gestual

Explicación de la comunicación en las sociedades ágrafas. Gramáticas del totém 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 3

Escritura

Nacimiento, desarrollo y debates en torno de la escritura. Precedentes y tentativas de clasificación de los diferentes sistemas de escritura: del pictograma a la fonetización. Efectos e impacto de la escritura en la organización social, económica y cultural: la importancia del soporte y las herramientas. La invención del libro. La credibilidad de lo escrito. La escritura como un arte. Monasterios y copistas. Consecuencias de la alfabetización. Escritura y modelo aristotélico de pensamiento. La escritura como un atributo del poder. Mujeres y escritura: tejer y escribir. Sociedades sin escritura.

Tema 4

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 los 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 5

Comunicación en la revolución industrial

Revolución industrial: bases conceptuales y materiales. Industria, economía y revolución energética. El papel de los transportes, vías de comunicación. Progresos técnicos en el mundo de la comunicación. La abolición de la distancia: el telégrafo, el teléfono, los servicios postales. Desarrollo de la prensa: prensa seria y prensa popular. Creación de las agencias de prensa. Fotografía y precedentes de la imagen en movimiento.

Tema 6

Medios de comunicación de masas

La emergencia del cine y la radio. La movilización de la prensa en la I Guerra Mundial. Sistemas públicos y privados de gestión de los nuevos medios de masas. El desarrollo de la televisión y los nuevos retos que afronta la prensa escrita. El fenómeno de las revistas ilustradas. Las dos edades del cine: cine mudo y cine sonoro. Los noticiarios cinematográficos. Publicidad y propaganda: usos y explotación de los medios en los estados totalitarios y en las democracias. Movilización de los medios en la II Guerra Mundial. Explosión de la televisión. Radio y cine frente a la competencia de la televisión.

Tema 7

Revolución digital y sociedad del conocimiento

La industria de la comunicación y las llamadas empresas tecnológicas como factor de desarrollo y crisis del sistema; 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 en el trabajo. Reflexiones sobre el nuevo vecindario Universal (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.

Metodología

El aprendizaje se basa en diversos aspectos:

- La lectura de textos básicos sobre Historia de la Comunicación. El libro "Historia mundial de la comunicación" de José María Perceval (ver bibliografía) es lectura obligatoria para el examen final.
- El estudio de caso de diversos temas mediante la elaboración de trabajos de forma individual o en grupo.
- Presentaciones orales al aula sobre los temas estudiados.

Se fomentará el trabajo colaborativo y la capacidad de análisis crítico y de reflexión.

Actividades

Título	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Tipo: Dirigidas			
Seminarios	15	0,6	5, 6

Tutorías de seguimiento	37,5	1,5	3, 4, 6, 8
Tipo: Supervisadas			
Lecturas, análisis, preparación de trabajos	7,5	0,3	1, 2, 3, 4, 7
Tipo: Autónomas			
Clases Magistrales	82,5	3,3	2, 3, 5, 6, 7

Evaluación

La evaluación de la asignatura consta de tres partes, cuyo peso específico es:

- Trabajos prácticos supervisados y dirigidos hechos en el aula y en casa: 50% nota.
- Examen: 40 % nota.
- Participación en clase y autoavaliación justificada: 10% nota.

Para aprobar la asignatura se hará la nota media entre las tres partes. Es necesario que estén aprobadas con 5 puntos el examen y que la nota media de las tres partes sea igualmente un 5 en que las prácticas deben completarse todas.

Las tres últimas semanas del curso se dedicarán a la reevaluación. Solamente se podrá reevaluar el examen. Para ir a reevaluación es necesario haber obtenido un mínimo de 3 en la primera convocatoria.

Los trabajos de curso o el examen en que se compruebe más de tres faltas estarán suspensos.

Todos los detalles del sistema de evaluación se concretarán el primer día de clase y se harán públicos en el Aula Moodle de la asignatura.

Actividades de evaluación

Título	Peso	Horas	ECTS	Resultados de aprendizaje
Examen	Resultado de las clases teóricas y comprobación del aprendizaje realizado en las clases magistrales	1,5	0,06	4, 6, 8
Participación en clase y autoevaluación justificada	Se valora todo tipo de intervenciones mostrando capacidad crítica y razonamiento	3	0,12	1, 2, 3, 5, 4, 6, 7, 8
Trabajos prácticos supervisados y dirigidos	se valora tanto el trabajo individual como la colaboración en el grupo	3	0,12	1, 4, 6, 7, 8

Bibliografía

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.

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.

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, 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 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 Pùblicas 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 Pùblicas en España (volumen 2)*, Sevilla-Zamora, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

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