

Història de la Comunicació

Codi: 103854
Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2501933 Periodisme	FB	1	1

Professor/a de contacte

Nom: Anna Tous Rovirosa
Correu electrònic: Anna.Tous@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'estudiantat 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. Visibilitat i invisibilitat del concepte "femení" a la història de la comunicació. Priorització del que és "masculí" a la història de la comunicació: el model androcèntric de visió del món.

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...-). Continuïtat 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 tipusmòbils. 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, Luter i la propaganda religiosa i política 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'IMP3 a DVD).

El contingut d'aquesta assignatura és sensible als aspectes relacionats amb la perspectiva de gènere.

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.

- 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	46	1,84	1, 2, 4, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 18
Tipus: Supervisades			
Pràctiques	75,5	3,02	3, 5, 9, 10, 16, 17
Tipus: Autònomes			
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, que han de fer-se totes.

Reavaluació:

Les tres darreres setmanes de curs es dedicaran a la reavaluació. Només es podrà reavaluar l'examen.

Per anar a la reavaluació caldrà que cada estudiant 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 pràctiques avaluables:

Les activitats pràctiques avaluables estan distribuïdes al llarg del curs i tenen relació amb aspectes clau de la matèria i del temari de l'assignatura.

Es realitzarà una pràctica avaluable cada mes com a mínim, la prova teòrica a final de curs i la reavaluació si és necessari.

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,

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

BIBLIOGRAFIA BÀSICA:

GLEICK, James, *La información. Historia y realidad*, Barcelona, Crítica, 2011.

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:

BELO, André, « Hablar o callar: la gaceta tardobarroca », en Chartier, Roger, ESPEJO, Carmen (eds.) *La aparición del periodismo en Europa. Comunicación y propaganda en el Barroco*, Madrid, Marcial Pons, 2012., págs.245-262.

CHAPMAN, Jane, *Comparative Media History*, Polity, Malden, MA, 2011.

CHARTIER, Roger, *Historia de la lectura*, Taurus, Madrid, 2001.

CALVET, Louis-Jean, *Historia de la escritura*, Barcelona, Paidós, 2001, p. 11-66.

DARNTON, Robert. *Las razones del libro*. Ed. Trama. 2010.

DARNTON, Robert, *Digitalitzar és democratitzar? El cas dels llibres*, Barcelona, Arcàdia, 2010.

EGUIZABAL, Raúl. *Historia de la Publicidad*, Madrid, Fragua, 2011.

ESPEJO, Carmen, « Un marco de interpretación para el periodismo europeo en la primera Edad Moderna », en Chartier, Roger, ESPEJO, Carmen (eds.) *La aparición del periodismo en Europa. Comunicación y propaganda en el Barroco*, Madrid, Marcial Pons, 2012., págs.103-126.

FRÉDÉRIC, Marie-Claire, *Ni cru ni cuit. Histoire et civilisation de l'aliment fermenté*, París, Alma Édition, 2014.

FUSTER, Joan, *L'aventura del llibre català*, Barcelona, Edicions 62, 1992.

GUILLAMET, Jaume, « Las bases históricas del periodismo: una mirada actual sobre la prensa del barroco », en Chartier, Roger, ESPEJO, Carmen (eds.) *La aparición del periodismo en Europa. Comunicación y propaganda en el Barroco*, Madrid, Marcial Pons, 2012., págs.263-276.

HEINICH, Nathalie, « Personne, personnage, personnalité. L'acteur à l'ère de sa reproductibilité technique », *Annales de philosophie de l'Université libre de Bruxelles*, 2011.

HEINICH, Nathalie, *De la visibilité. Excellence et singularité en régime médiatique*, París, Gallimard, 2012.

Henshilwood, Christopher S., Errico, Francesco d' (eds.), *Homo symbolicus: The Dawn of Language, Imagination and Spirituality*, Amsterdam, John Benjamins Publishing Company, 2011.

KALIFA, Dominique, *Les Bas-Fonds. Histoire d'un imaginaire*, París, Seuil, 2013.

KOVARIK, Bill, *Revolutions in Communication. Media History from Gutenberg to the digital Age*, Nueva York, Continuum Books, 2011

LIPOVETSKY, Gilles, SERROY, Jean, *La cultura-mundo. Respuesta a una sociedad desorientada*, Barcelona, Anagrama, 2010.

LIVI-BACCI, Massimo, *Breve historia de las migraciones*, Madrid, Alianza, 2012.

LÓPEZ POZA, Sagrario, «Empresas, Emblemas, jeroglíficos: agudezas simbólicas y comunicación conceptual en Chartier, Roger, ESPEJO, Carmen (eds.) *La aparición del periodismo en Europa. Comunicación y propaganda en el Barroco*, Madrid, Marcial Pons, 2012., págs.37-86.

MONTERO, Mercedes; RODRÍGUEZ, Natalia y VERDERA, Francisco : *Historia de la Publicidad y de las Relaciones Públicas en España* (volumen 1 y 2), Sevilla-Zamora, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, 2010.

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

PIZARROSO, Alejandro, *Historia de la propaganda*, Madrid Eudema, 1990, 330-355.

BRIGGS, Asa - BURKE, Peter: *De Gutemberg a internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Barcelona, Taurus historia, 2002 p. 213-356.

TOMASELLO, Michel, *Los orígenes de la comunicación humana*, Madrid, Kanz, 2013, p. 52-85.

Dossier "Butlletí Informació audiovisual", Consell Audiovisual de Catalunya, 5, 2016.