

Història de la Comunicació

Codi: 104763

Crèdits: 6

Titulació	Tipus	Curs	Semestre
2503868 Comunicació de les Organitzacions	FB	1	1

La metodologia docent i l'avaluació proposades a la guia poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Professor/a de contacte

Nom: Enric Marín Otto

Correu electrònic: Enric.Marin@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

Teresa Ferre Panisello

Prerequisits

No hi ha prerequisits especials.

Objectius

Comprendre les diverses dimensions del camp de la Comunicació.

Inscriure l'impacte de les novetats que es produeixen en el camp de la Comunicació dins d'una seqüència cronològica que permeti discernir el que és realment nou i suposa enfrontar nous reptes.

Poder aprofundir en el caràcter organitzacional que és constitutiu de totes les formes històriques establertes de Comunicació.

Poder desenvolupar totes les funcions comunicatives en el camp professional organitzacional amb plena consciència de la seva dimensió mediatra.

Prendre plena consciència del caràcter sistemàtic (ecosistemàtic) que adopten totes les formes de la comunicació social.

Competències

- Cercar, seleccionar i jerarquitzar qualsevol tipus de font i de document útil per a l'elaboració de missatges.
- Demostrar un coneixement adequat del món contemporani en les dimensions social, econòmica, política i cultural.
- Diferenciar les principals teories relatives a la comunicació de les organitzacions, que fonamenten el coneixement de la disciplina i els seus diferents àmbits.

- Gestionar el temps de manera adequada i ser capaç de planificar tasques a curt, mitjà i llarg terminis.
- Que els estudiants hagin demostrat que comprenen i tenen coneixements en una àrea d'estudi que parteix de la base de l'educació secundària general, i se sol trobar a un nivell que, si bé es basa en llibres de text avançats, inclou també alguns aspectes que impliquen coneixements procedents de l'avantguarda d'aquell camp d'estudi.
- Que els estudiants puguin transmetre informació, idees, problemes i solucions a un públic tant especialitzat com no especialitzat.
- Que els estudiants sàpiguin aplicar els coneixements propis a la seva feina o vocació d'una manera professional i tinguin les competències que se solen demostrar per mitjà de l'elaboració i la defensa d'arguments i la resolució de problemes dins de la seva àrea d'estudi.

Resultats d'aprenentatge

1. Contrastar i verificar la veracitat de les informacions aplicant criteris de valoració.
2. Definir els conceptes bàsics de la comunicació.
3. Descriure l'estructura dels mitjans de comunicació i les seves dinàmiques.
4. Exposar per escrit i oralment la síntesi de les anàlisis realitzades.
5. Identificar els fonaments de les teories i de la història de la comunicació.
6. Interpretar i discutir documents de les principals teories de la comunicació.
7. Planificar i executar treballs acadèmics en l'àmbit de la teoria, la història i l'estructura de la comunicació.
8. Presentar els treballs de l'assignatura en els terminis previstos i mostrar-ne la planificació individual o grupal aplicada.
9. Relacionar els sistemes de comunicació amb l'evolució cultural de la societat contemporània.
10. Trobar el que és substancial i rellevant en documents de l'assignatura.

Continguts

Història de la Comunicació

Grau: Comunicació de les Organitzacions

Temari:

- 1.- El caràcter constitutiu i totalitzador de la comunicació en el procés de construcció de les societats humanes. Experiència i Consciència.
- 2.- El caràcter sistemàtic de les formes d'organització social de la comunicació: els ecosistemes de comunicació, les seves delimitacions i la seva naturalesa.
- 3.- Les determinacions geogràfiques i històriques que condicionen l'evolució dels sistemes de comunicació: expansions, agregacions, subordinacions i extincions .
- 4.- Les determinacions tecnològiques i les configuracions dels grans imperis antics. Orient i Occident precapitalistes. Religions i cosmovisions. Sistemes de comunicació tradicionals, cultures orals i construcció de sentit.
5. L'escriptura, l'ordre i la memòria. La impremta. Les xarxes de comunicació i l'origen dels imperialismes europeus moderns. La il·lustració: el coneixement com a factor de dominació.
6. El desplegament dels mitjans de comunicació convencionals i la conformació de la cultura moderna. Les grans transformacions dels sistemes i les formes de comunicació de la mà de les revolucions tecnològiques. Del correu al telègraf i el telèfon.
7. L'extensió de l'alfabetització, la urbanització, l'electrificació i el desplegament del sector audiovisual. La conformació de la societat de comunicació de masses. La superposició de divisions socials: actors i espectadors.

8. L'era de la televisió i el paradigma de la publicitat. La dècada prodigiosa i la cultura "pop". Música, turisme, electrodomèstics, cinema: la primera globalització de l'entreteniment.

9.- La irrupció d'internet i la societat-xarxa. La societat de la informació. La convergència entre l'audiovisual, la informàtica i les telecomunicacions. La digitalització.

10.- Les xarxes socials. Canvis en les pautes de les relacions socials. La il·lusió de l'accés il·limitat i de la gratuïtat. Processament de dades a gran escala: algorismes i robots. Intel·ligència artificial. Les connexions entre les persones i les coses. El 5-G. La centralitat de la cultura. L'emergència d'una nova humanitat.

Metodologia

Classes magistrals, seminaris de debat, lectures orientades i seguiment dels treballs de curs.

El calendari detallat amb el contingut de les diferents sessions s'exposarà el dia de presentació de l'assignatura. Es penjarà també al Campus Virtual on l'alumnat podrà trobar la descripció detallada dels exercicis i pràctiques, els diversos materials docents i qualsevol informació necessària per a l'adequat seguiment de l'assignatura. En cas de canvi de modalitat docent per raons sanitàries, el professorat informarà dels canvis que es produiran en la programació de l'assignatura i en les metodologies docents.

Activitats formatives

Títol	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
Tipus: Dirigides			
Classes magistrals i seminaris	48	1,92	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
Tipus: Supervisades			
Lectures	48	1,92	1, 2, 5, 6, 9, 10
Tipus: Autònomes			
Elaboració del treball	52	2,08	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10

Avaluació

Treballs 50%

Participació a classes i seminaris 10%

Examen final 40%

Hi haurà l'examen de reavaluació d'alumnes que no hagin prèviament aprovat.

La metodologia docent i l'avaluació proposades poden experimentar alguna modificació en funció de les restriccions a la presencialitat que imposin les autoritats sanitàries.

Activitats d'avaluació

Títol	Pes	Hores	ECTS	Resultats d'aprenentatge
-------	-----	-------	------	--------------------------

Examen	40%	2	0,08	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10
Participació a classes i seminaris	10%	0	0	1, 3, 4, 5, 6, 9, 10
Treball	50%	0	0	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10

Bibliografia

Bibliografia:

BERGER, Peter & LUCKMANN, Thomas (1966). The Social Construction of Reality. Doubleday, N.Y. Hi ha traduccions a l'espanyol (Amorrortu editores, Buenos Aires, 1968); i al català (Herder, Barcelona, 1988).

BUSTAMANTE, Enrique (Ed.) (2011). Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital. Editorial Gedisa, Barcelona.

CAC (Consell de l'Audiovisual de Catalunya). (2005) *Quaderns del CAC núm 21. Número commemoratiu: XXV aniversari de l'Informe MacBride: Comunicació Internacional i Polítiques de Comunicació*. Barcelona.

CASTELLS, Manuel (1996). The Information Age: Economy, Society and Culture. Blackwell Publishers (UK and USA). Hi ha traducció a l'espanyol (Alianza 1997/98) i al català (UOC, 2003).

CHARTIER, Roger (1992). El mundo como representación. Historia cultural: entre práctica y representación. Editorial Gedisa, Barcelona.

De MORAGAS, Miquel (2011). Interpretar la comunicación. Estudios sobre medios en América y Europa. Editorial Gedisa, Barcelona.

FONTANA, Josep (1992). La historia después de la fi de la historia. Eumo edit., Vic.

(2014). La formació d'una identitat. Eumo editorial, Vic.

MARÍN, Enric & TRESSERRAS, J.M. (1994). Cultura de masses i postmodernitat. Edicions 3 i 4, València.

MARTÍN-BARBERO, Jesús (1987). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Ed. Gustavo Gili, Barcelona.

MATTELART, Armand (2006). Diversidad cultural y mundialización. Paidós, Barcelona.

PARISER, Eli (2017). El filtro burbuja. Cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos. Taurus, Barcelona.

PETIT, Martí (2012). Por un mercado inteligente. Diversidad cultural, mercado y regulación. Erasmus ediciones, Vilafranca (Barcelona).

(2017). Comunicació, xarxes i algoritmes. Angle editorial, Barcelona.

PERCEVAL, José M^a (2015) Historia mundial de la comunicación. Cátedra, Madrid.

REY, German (2009). Industrias culturales, Creatividad y Desarrollo. AECID. Madrid.

TRESSERRAS, Joan Manuel (2010). Polítiques de cultura i construcció nacional. DG de Difusió Corporativa de la Generalitat, Barcelona.

UNESCO (1980). Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo. Fondo de Cultura Económica/UNESCO, México/París.

WILLIAMS, Raymond (ed.) (1981). Contact: Human Communication and its history. Thames and Hudson, London. (Hi ha traducció a l'espanyol (1992) a Bosch Casa Editorial, Barcelona).

ZALLO, Ramón. (2011). Estructuras de la comunicación y la cultura. Políticas para la era digital. Editorial Gedisa, Barcelona.