

## UAB: treballs de recerca de doctorat, 1990-1995. Balanç

Les planes següents ofereixen una recopilació dels treballs de recerca realitzats dins del marc dels programes de doctorat de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona en els primers cinc anys d'aquesta dècada. L'objectiu ha estat el·laborar una guia de consulta d'aquestes investigacions que condensi els seus aspectes primordials per tal de facilitar-ne el coneixement.

Els treballs de recerca constitueixen una part indispensable per completar els cursos de doctorat, tot aportant un nombre de crèdits necessari per a la seva superació. Les investigacions poden tractar un tema concret i original o bé optar per fer una compilació crítica d'un àmbit teòric i metodològic determinat, que sovint es planteja com avantsala de la tesi.

Els resums de les recerques es presenten en forma de fitxes en les quals, a part de les dades bàsiques (nom de l'autor, títol, any...), s'inclou un extracte dels treballs tot detallant-hi les hipòtesis, el marc teòric, la metodologia emprada, la bibliografia i les conclusions a què arriba l'autor, així com les possibles línies d'actuació que es desprenen de la seva tasca.

Del total de cinquanta-set treballs registrats a la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB en aquests cinc anys, només se'n conserven trenta-sis, disponibles a la biblioteca i al Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació. Dels que no es guarda còpia oferim, però, una llista d'autors i títols.

Per departaments, vint-i-nou treballs pertanyen al de Periodisme i Ciències de la Comunicació i vint-i-quatre al de Comunicació Audiovisual i Publicitat.

Les temàtiques més tractades pels qui es doctoren són la història dels mitjans de comunicació i l'anàlisi del discurs. Els treballs de recerca històrica se centren sobretot en la ràdio i la televisió, tant de marcs geogràfics més concrets com de tot l'Estat espanyol. A la premsa i al cinema se'ls dediquen molt pocs estudis. Cal destacar, a més a més, els escassos treballs històrics dedicats a l'àmbit català.

Dins del camp d'anàlisi del discurs ens trobem amb treballs dedicats a l'estudi dels continguts, a la periodística comparada o a la tipologia de gèneres, amb els quals es pretén arribar a conclusions sobre la recepció, els efectes o la construcció del missatge mediàtic.

Altres àmbits temàtics tractats són els de documentació, estructura dels mitjans, comunicació política o processos de producció informativa. Sobta l'escàs nombre d'investigacions dedicades a la publicitat o a les noves tecnologies.

Caldria assenyalar, però, que alguns dels treballs de recerca recollits presenten deficiències metodològiques que empobreixen el seu valor i destorben la seva consulta per part d'altres investigadors. Les mancances que més sovintegen són les errades en les citacions bibliogràfiques, l'ús de fonts de segona mà i la no explicitació del marc teòric o les hipòtesis que sustenten la recerca. En molts casos aquests aspectes s'especifiquen encara que de manera dispersa.

Tot i les mancances que hem ressenyat, els treballs de recerca, sense arribar a l'exigència d'una tesi doctoral, aporten, en general, força elements valuosos per al desenvolupament dels diferents aspectes que conformen les ciències de la comunicació.

Susana Arias i Gonzalo Ruiz

ACHNIOTS, Christos

*Peaceful coexistence in Cyprus. A case study of two Greek Cypriot news papers*

Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació.

Universitat Autònoma de Barcelona. 1 vol., 160 p.

Direcció: Manuel Parés i Maicas

### Resum

L'objectiu de la recerca és l'estudi de les relacions entre les comunitats grega i turca a Xipre i com són percebudes i expressades pels grecoxipriotes mitjançant la comprensió del material escrit de la premsa.

L'estudi se centra en l'anàlisi en dos diaris: *Simevini* i *Haravgi*. El primer es declara d'ideologia hel·lènica, contrària a l'apropament de totes dues comunitats i dona veu a opinions racistes en les seves planes. *Haravgi*, per la seva banda, és l'òrgan d'expressió política del partit comunista (AKEL) favorable a la integració de les dues comunitats.

La metodologia emprada és l'anàlisi de continguts mitjançant l'ús de categories on s'estudia l'elecció del vocabulari, la temàtica, els criteris de noticiabilitat o la titulació.

A les conclusions es destaca la diferent imatge que dels turcs es desprèn d'un diari a un altre. En *Simevini* són presentats com a bèsties, bàrbars i incivilitzats, sense donar cabuda a d'altres veus que contrastin aquestes *informacions*.

**Paraules clau:** premsa, anàlisi de continguts.

### Observacions del lector

- Es justifica l'elecció del tema.
- Les hipòtesis estan formulades de forma clara.

BADIA, Lluís

*La comunicació política moderna: introducció a la investigació italiana*

Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació.

Universitat Autònoma de Barcelona, maig de 1992. 1 vol., 265 p.

Direcció: Enric Saperas

### Resum

A partir de la investigació en comunicació política desenvolupada a Itàlia (1975-1990), l'autor duu a terme una anàlisi sistemàtica de les tendències generals d'aquest àmbit de la investigació comunicativa europea.

El treball pretén descriure el model global d'interpretació de la comunicació política bastit per la recerca italiana i clarificar-ne el seu basament metodològic i els principis teòrics bàsics que el vertebrèn. L'estudi se centra especialment en les aportacions de Carlo Marletti i de Giorgio Grossi i adopta el funcionalisme sistèmic de Niklas Luhmann com a marc teòric de referència.

L'argumentació de l'autor gira entorn a la hipòtesi que aquesta mina d'estudis italians sobre comunicació política es troba en condicions de fonamentar un model capaç d'explicar l'estructuració i els processos característics de la vida política en les societats complexes o postindustrials.

El treball estudia la concepció d'arrel sociofenomenològica de la informació periòdica i descriu la naturalesa de la influència política dels mitjans de comunicació de masses a les societats complexes. Analitza, a més a més, la noció de «camp de la comunicació política» de Grossi i la funció de tematització.

L'autor afegeix a l'estudi un detallat informe bibliogràfic de les tendències de la investigació comunicativa relacionades amb l'estudi de la comunicació política. L'informe se centra en les aportacions de la recerca italiana i anglosaxona.

**Paraules clau:** comunicació política.

### Observacions del lector

- L'autor planteja el treball com la construcció del marc teòric de la seva tesi doctoral.
- La formulació de la hipòtesi és molt clara i breu. Està ben identificada (amb diferent tipus de lletra) i s'explicita com a tal al començament del treball.
- Dedicava el primer capítol a analitzar i descriure el marc teòric i conceptual del seu estudi: el funcionalisme sistèmic de Luhmann.

BADIA VIDAL, Ramón M.

*Set versions de la premsa diària de Catalunya (Avui, Diari de Barcelona, La Mañana, El País, El Periódico, Segre, La Vanguardia) de la crisi a l'Ajuntament de Lleida (febrer, març i abril 1989)*

Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació.

Universitat Autònoma de Barcelona, febrer de 1991. 1 vol., 128 p.

Direcció: Héctor Borrat

### Resum

Aquest treball pretén analitzar l'estratègia de cadascun d'aquests set diaris com a actors polítics dins de la crisi de la Paeria de Lleida, que afecta l'equip de govern de

l'Ajuntament. Els fets s'inicien amb el canvi de sentit del vot de dos regidors i es tanquen amb la substitució a l'alcaldia de Manuel Onerich, de CiU, per Antoni Siurana, del PSC. Aquesta crisi ha estat un tema informatiu de gran relleu a la vida de la ciutat i dins del context polític de Catalunya.

L'estudi tracta, amb els instruments de la periodística comparada, de quina manera cada diari dóna la informació de la crisi, de quina manera n'opina i com es comporta, amb el seu paper d'actor, dins del conflicte polític. L'estudi intenta conèixer, a través de l'anàlisi comparativa del sistema dels textos, del sistema dels autors, del sistema dels actors i del sistema de les fonts, quines versions dels fets ofereix cada diari als seus lectors.

Les fonts emprades són fonamentalment hemerogràfiques i bibliogràfiques, complementades amb entrevistes personals als protagonistes de la història. Inclou dotze annexos amb documentació sobre el conflicte entre Onerich i els periodistes: articles de diaris, cartes, signatures, documents del Col·legi de Periodistes de Catalunya, etc. S'aporta també informació sobre l'informe del Sindic de Greuges sobre els fets i la seva repercussió informativa.

**Paraules clau:** periodística comparada, periodisme polític, Lleida.

### Observacions del lector

— Es conserva només la còpia del Departament de Periodisme i en manca l'annex 3.

BALLETBÒ I PUIG, Anna

*Televisión y autonomía en la transición democrática*

Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat.

Universitat Autònoma de Barcelona, agost de 1990. 1 vol., 113 p.

Direcció: Jordi Berrio

### Resum

L'objecte del treball és l'estudi del procés de descentralització de la ràdio i la televisió durant la transició política a Espanya. L'autora analitza els acords signats a partir dels anomenats *Pactes de la Moncloa*, i centra el seu estudi en l'Estatut de la Ràdio i la Televisió i en el debat constitucional desenvolupat entorn a la radiotelevisió pública.

A partir de l'anàlisi detallada de la discussió política del tema i dels textos legals que el regulen, el treball defensa que l'organització de la ràdio i la televisió a Espanya ha seguit un model híbrid que ha evolucionat paral·lelament a la configuració de l'Estat de les autonomies.

L'autora proposa, a manera de conclusions, els canvis mínims que convindria introduir en l'Estatut de la Ràdio i la Televisió a partir de l'experiència obtinguda, fins aleshores, de les modificacions introduïdes per les noves tecnologies i de l'aprovació de lleis posteriors a l'Estatut. Els principals punts a revisar serien, segons l'estudi, modificar els redactats no operatius i racionalitzar les xarxes públiques.

L'autora inclou quatre annexos que recullen els principals textos legals analitzats al llarg del treball: els Pactes de la Moncloa, les esmenes dels grups parlamentaris al Projecte de llei de l'Estatut Jurídic de la Ràdio i la Televisió, l'Estatut de la Ràdio i la Televisió i la Llei reguladora del tercer canal de Televisió.

**Paraules clau:** història de la ràdio, Espanya.

### Observacions del lector

- La formulació de la hipòtesi no és gens clara. Es troba a les conclusions del treball i no apareix identificada com a tal.
- Hi ha alguna falta d'ortografia i la sintaxi és, a vegades, bastant enrevessada.
- A la bibliografia no apareixen tots els llibres i documents citats en el text. Per exemple, el de José Gorordo o els *BOE*.
- L'autora es planteja la reformulació, revisió i ampliació del treball a la seva tesi doctoral.

BONET BAGANT, Montse

*L'estratègia multimèdia: mite i realitat*

Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat.

Universitat Autònoma de Barcelona, juliol de 1993. 1 vol., 178 p.

Direcció: Josep Maria Martí i Martí

### Resum

Es parteix de l'estudi de la comunicació i la cultura des del seu vessant economicopolític per tal d'analitzar la formació dels grups multimèdia i les seves estratègies empresarials. El treball interpreta el context general dels canvis viscuts pel sector industrial de la comunicació i la cultura amb l'objectiu de demostrar que l'estratègia multimèdia ha estat mitificada i que el terme s'aplica sovint amb massa generositat.

Per tal de delimitar el concepte multimèdia, s'identifiquen en primer lloc els factors polítics i econòmics que han determinat el desenvolupament del sector comunicació i cultura a Europa i als Estats Units. S'analitzen, a més a més, les diferents estratègies desenvolupades pels grups de comunicació a fi d'aconseguir els seus objectius, prestant especial atenció al cas espanyol.

L'anàlisi conclou que allò realment important d'un grup multimèdia és la quantitat de mitjans diferents que controla de forma plena i que aquesta estratègia de diversificació pugui assolir sinèrgies. Segons aquesta definició, a Espanya no hi hauria actualment cap grup que pogués anomenar-se multimèdia.

El marc teòric emprat per fer aquest estudi és el bastit pels estudiosos francesos Guillou, Miège o Flichy (entre d'altres) i pels espanyols Zallo, Bustamante i De Miguel. Les fonts consultades són, fonamentalment, de caire bibliogràfic, a més de revistes especialitzades i diaris d'informació general.

**Paraules clau:** estructura de la comunicació, economia de la comunicació, multimèdia.

CARMONA VIRUETE, Olga

*Estar juntos o estar solos. Canarias 1975-1981. Sucesos de una historia política diferencial*

Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació.

Universitat Autònoma de Barcelona, novembre de 1992. 1 vol., 135 p.

Direcció: Héctor Borrat

### Resum

El treball duu a terme la reconstrucció del període 1975-1981, descrit per l'autora com el més intens i tèrbol que es recorda en la història de Canàries. L'estudi subratlla

que compartir amb la resta d'Espanya el final de la dictadura i el principi de la democràcia va significar no només un capítol d'una crònica diferenciada: aquests anys varen conformar a Canàries una història política distant i distinta. Aquest estudi pretén desentranyar en profunditat les dades, les raons i les conseqüències de l'explosió d'esdeveniments d'aquests anys.

El treball se sustenta en dos pilars: un de l'època i l'altre del present. El pilar de l'època de referència el componen les informacions dels periòdics de les Illes, les publicacions dels partits polítics (fetes públiques en aquells anys o de caràcter intern) i les anotacions que l'autora, des del seu treball de periodista, va fer en el seu moment. L'altre pilar, el del present, s'ha basat en converses mantingudes amb els homes que van liderar la política i l'economia d'aquells anys a les Canàries, entrevistes realitzades expressament per a l'elaboració del treball i fetes al llarg dels anys vuitanta. En el capítol que tanca el treball, titulat «Els protagonistes jutgen l'època», es recullen les opinions d'Arcadio Díaz Tejera, Gonzalo Angulo, Lorenzo Olarte i Jerónimo Saavedra.

**Paraules clau:** història, Canàries.

CERDÁN, Josexo

*Sistemas de sonorización en el cine antes de El cantor de Jazz: cuarenta años de experimentación*

Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat.

Universitat Autònoma de Barcelona. 1 vol., 186 p.

### Resum

L'autor es planteja examinar des d'un punt de vista alhora tècnic, industrial, social i estètic els intents de sincronització d'imatge i moviment que apareixen entre 1895 i 1927: des de la prehistòria del registre sonor i la cronofotografia, fins a l'estrena d'*El cantor de Jazz*, pel·lícula que ha passat a la història com la primera del cinema sonor. Amb aquest recorregut històric, el treball cerca demostrar que, si bé la sonorització cinematogràfica no va néixer de sobte, la seva generalització industrial sí que va suposar un gir de 360° en un període a penes perceptible.

L'estudi es basa essencialment en fonts bibliogràfiques i revistes especialitzades per tal de recollir i analitzar els diferents experiments que portaren a la consolidació del cinema sonor, les causes de la seva aparició i el seu periple vital.

Les conclusions a què arriba l'autor subratllen que les circumstàncies tècniques, sociològiques, comercials i estètiques que porten a la comercialització del cinema sonor no conflueixen fins a l'any 1926 als Estats Units. El treball fa ressaltar que cap altra invenció tècnica tingué mai una repercussió similar en la història del cinematògraf.

**Paraules clau:** història del cinema, tècniques de sonorització.

CID LEAL, M. Pilar

*Documentación Olímpica. Definición. Productores. Tipología. Acceso*

Departament de Filologia Catalana. Àrea de Documentació.

Universitat Autònoma de Barcelona, juny de 1993. 1 vol., 135 p.

Direcció: M. Eulàlia Fuentes i Pujol

## Resum

Arran de la seva experiència al Servei d'Informació i Documentació (SID), del Centre d'Estudis Olímpics (CEO), l'autora es planteja identificar i definir el que entén per informació i documentació olímpica, tractant amb detall les seves tipologies, productors i formes d'accés. El treball s'engloba en l'àmbit de la documentació científica i aspira a configurar el marc teòric de partida per a un posterior plantejament de com ha de ser un SID especialitzat en olimpisme, moviment olímpic i jocs olímpics.

L'ampli ventall de fonts d'informació emprat per elaborar aquest treball inclou entrevistes formals amb especialistes en documentació esportiva, productors de bases de dades i responsables i personal de serveis d'informació i documentació. L'autora va desenvolupar el seu treball de camp en nou serveis d'informació i documentació diferents. Part d'aquest treball de documentació s'inclou en dos annexos que contenen una guia de bases de dades esportives i les edicions dels Jocs Olímpics Moderns.

L'estudi conclou amb una sèrie de suggeriments sobre l'accés, conservació i difusió de la documentació olímpica. Es destaca la necessitat de desenvolupar bases de dades esportives internacionals i nacionals, la conveniència de democratitzar l'accés a la informació de les institucions del moviment olímpic i l'imperatiu d'establir polítiques de col·laboració entre els diferents serveis de documentació.

**Paraules clau:** documentació esportiva, olimpisme.

## Observacions del lector

- L'autora justifica l'elecció d'aquest tema d'estudi per la seva col·laboració amb el Servei d'Informació i Documentació (SID), del Centre d'Estudis Olímpics (CEO). Fou membre de l'Àrea de Documentació de la Universitat Autònoma de Barcelona i va participar en la creació i desenvolupament del SID al llarg de 1990, 1991 i part de 1992, fonamentalment en tasques de selecció, tractament i difusió dels documents.

DELGADO REINA, Matilde

*Ràdio Mallorca. Història de l'emissora degana de les Illes Balears*

Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat.

Universitat Autònoma de Barcelona, setembre de 1993. 1 vol., 135 p.

Direcció: Rosa Franquet Calvet

## Resum

El fet que Ràdio Mallorca hagi existit des de l'origen de la radiodifusió a l'Illa fins a l'actualitat permet fer un cop d'ull al que ha significat aquest mitjà per a la població mallorquina. La investigació no només cerca fer interpretacions històriques de la política cultural i social mallorquina, sinó que s'interessa també per l'evolució del mitjà en si mateix al llarg dels seus seixanta anys d'existència. S'hi tracten amb detall aspectes com de quina manera es coneix l'invent a Mallorca, qui en són els pioners, qui té la iniciativa per muntar la primera emissora, com es consolida com a mitjà d'informació, com li afecta l'aparició de la televisió, etc. L'interès d'aquest estudi el subratlla, a més a més, el fet que Ràdio Mallorca ha estat des del seu naixement fins als anys cinquanta, l'únic testimoni de la història política, econòmica i cultural de Mallorca.

L'estudi es planteja, doncs, reconstruir el referent històric més bàsic de la història de la ràdio i la televisió a Mallorca com a punt de partida per a una anàlisi molt més àmplia del panorama audiovisual a l'Illa.

Degut a la manca de bibliografia i de fonts primàries pròpies de l'emissora, el treball de recerca es basa metodològicament en material d'hemeroteca i en entrevistes personals amb els protagonistes de la història que s'intenta reconstruir. En els annexos de l'estudi s'inclouen els estatuts socials de Ràdio Mallorca i les estadístiques culturals de l'INE, de l'Arxiu del Regne de Mallorca.

**Paraules clau:** història de la ràdio.

### Observacions del lector

- Justifica l'elecció del tema pel buit i oblit acadèmic sobre l'estudi dels mitjans audiovisuals a Mallorca i per tal de poder aportar elements d'anàlisi per a la interpretació i el coneixement de la història contemporània a l'Illa.
- Aquest treball va comptar amb l'Ajut a Treballs d'Investigació sobre la Comunicació de Masses que atorga el Centre d'Investigació de la Comunicació de la Generalitat de Catalunya, en la convocatòria de 1992.

DURAN I ESCRIBA, Xavier

*Fites científiques i tecnològiques a la premsa diària de Barcelona (1945-1969)*

Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació.

Universitat Autònoma de Barcelona, setembre de 1990. 1 vol., 231 p.

### Resum

L'estudi analitza sis notícies científiques i tecnològiques publicades per la premsa barcelonina per tal d'observar com van ser tractades, l'impacte que van tenir i l'evolució de la informació científica a la premsa.

Els fets triats per a l'anàlisi són el llançament de les primeres bombes atòmiques, la visita de Fleming a Barcelona, la mort d'Einstein, el llançament dels primers Sputnik i del primer satèl·lit americà, el vol dels primers astronautes i l'arribada de l'home a la Lluna. El treball pretén avaluar el rigor de la informació, el seu impacte i les seves implicacions. Els mètodes seguits per l'autor són els proposats pels teòrics Gomis i Vigil i Vázquez. Per tal de conèixer la comprensibilitat dels textos i l'interès humà de les notícies, l'autor aplica les fórmules de Fleisch. A l'estudi es proposa un model de gràfiques per analitzar l'impacte de les notícies i el seu tractament preferencial en l'aspecte polític o científic.

Les conclusions a què arriba el treball subratllen la utilització política de la informació científica, el tracte personalista que es dona a les notícies i l'evolució amb vista a una major objectivitat i rigorositat en la premsa científica barcelonina a mesura que discorre el segle.

**Paraules clau:** periodisme científic.

### Observacions del lector

- No formula cap hipòtesi de treball.
- No inclou bibliografia. Per les cites es dedueix que els únics llibres utilitzats són: CASASÚS, J.M. *Iniciación a la periodística*, i GOMIS, Llorenç, *Teoría dels gèneres*



*periodístics*. Les altres fonts bibliogràfiques citades són de segona mà, recollides dels dos llibres citats.

- No explicita el marc teòric de l'estudi. Fa servir les fórmules de Flesch (de la comprensibilitat i de l'interès humà), però les extreu del llibre de Gomis.
- No justifica l'elecció dels diaris en què basa la seva anàlisi ni especifica quins són a la introducció. Només apareixen citats a l'interior del treball i a les notes del capítol.
- Inclou una sèrie de «gràfics comparatius» sense especificar què indica cadascun, com s'han obtingut, de quin model s'han triat o si són o no originals de l'autor... La presentació és, a més a més, molt descurada (com la de tot el treball en general).

ESPERANZA LOMBRAÑA, Pilar

*El discurso publicitario en televisión. Recepción, estructura y producción del «spot» televisivo*

Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat.

Universitat Autònoma de Barcelona 1993. 1 vol., 288 p.

Direcció: Teresa Velázquez García-Talavera

### Resum

El treball estudia l'anàlisi del discurs publicitari en televisió des de tres vessants: la producció de l'espot en el context de la comunicació publicitària, l'anàlisi textual dels espots i la recepció del missatge per part d'un sector de l'audiència amb característiques homogènies que l'emmarquen en un determinat context sociocultural.

Els espots que conformen el corpus d'anàlisi són els de Renault Clio, Caixa de Catalunya, Trex, Clearasil i els de la campanya Póntelo-Pónselo. El criteri de selecció va exigir que tots ells es dirigissin als joves (entre 17 i 20 anys) com a destinataris objectius del producte anunciat o que presentessin la imatge de la joventut com un reclam seductor, dirigit a altres sectors potencials de consumidors.

El mètode desenvolupat per dur a terme el treball combina l'anàlisi textual de la mostra (pragmàtic, semàntic, de les categories superestructurals del text i de la retòrica verbal i de la imatge) i mètodes d'investigació de la recepció, tant qualitius (entrevistes en profunditat, individuals i grupals) com quantitius (enquestes).

Com a conclusió, l'estudi defensa que enfocaments de tipus interdisciplinari com l'anàlisi de la recepció i la teoria del discurs són els més adients per aportar interpretacions significatives a l'activitat publicitària.

**Paraules clau:** teoria del discurs, anàlisi de la recepció.

FERRER GUIX, Jordi

*Estudio de los elementos de autopromoción y creación de imagen en las cadenas televisivas*

Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació.

Universitat Autònoma de Barcelona, setembre de 1994. 1 vol., 154 p.

Direcció: Teresa Velázquez García-Talavera

### Resum

Es parteix dels pressupòsits de la teoria del discurs per tal d'analitzar l'autopromoció de les cadenes televisives i el paper que aquesta juga en les estratègies desenvolupades pels

diferents emissors a fi de crear-se una imatge pròpia i diferenciada. L'estudi pretén donar una visió de conjunt del fenomen autopromocional, tant com a configurador del discurs televisiu com en el seu vessant més sociològic.

En la primera part del treball es construeix el marc teòric de l'estudi, que s'aplica a continuació en l'anàlisi i la comparació de l'autopromoció en TVE 1 i Tele 5. Així, l'autor identifica les principals funcions de l'autopromoció televisiva (tematitzar i donar coherència textual al discurs programàtic) i la descriu com el lloc privilegiat de la programació en què l'emissor revela i condensa el seu projecte comunicatiu.

L'estudi conclou que la creixent atenció dels emissors vers l'autopromoció és conseqüència de la crisi del sistema públic de televisió i de la necessitat de competir per incrementar l'audiència. L'autopromoció, segons l'autor, revela l'essència publicitària del mitjà televisiu i qüestiona la naturalesa de servei de les televisions públiques. L'estudi descriu també com els «promos» parlen de les intencions comunicatives de les cadenes, exemplifiquen els canvis produïts en la relació mitjà-audiència i col·laboren en la configuració dels efectes cognitius a llarg termini en la societat.

**Paraules clau:** anàlisi del discurs.

FILLOL FERRÍN, Montserrat

*La habanera: mito y realidad*

Doctorat en Estudis Europeus de Comunicació, 1992.

Universitat Autònoma de Barcelona. 1 vol., 115 p.

Direcció: Manuel Parés i Maicas

### **Resum**

El treball pretén apropar-se a la història i les experiències dels emigrants catalans a Cuba mitjançant l'anàlisi del gènere musical de les havaneres. Es proposa tractar l'estudi de la música popular des d'una òptica comunicacional, centrant el seu interès en la relació entre el contingut de les cançons i el context social que les va produir. La metodologia escollida per l'autora es fonamenta en l'anàlisi textual, partint de les teories desenvolupades per K. Klippendorff i J.M. Díez Bosque.

Al llarg del treball s'analiza el contingut de 53 havaneres, datades entre 1948 i 1986, per tal d'entendre el procés d'arrelament del gènere a Catalunya i la possible dimensió mítica de les havaneres per la connotació dels seus signes i símbols. L'anàlisi del text es basa fonamentalment a identificar les temàtiques més recurrents del gènere, explorar com es representen determinats valors socials i estudiar les figures retòriques i tropos que recrea i el contingut simbòlic a què es refereixen.

Les fonts emprades per l'autora són fonamentalment bibliogràfiques, però complementades amb converses amb Castor Pérez i Pere Aiguadé, membres de dos grups d'havaneres, i amb Josefina Roma, etnòloga i professora de la Universitat Autònoma de Barcelona.

**Paraules clau:** anàlisi de contingut.

FUSTÉ I GAMINSANS, Àngels  
*Prensa humorística a Manresa. 1872-1936. Catàleg de publicacions*  
Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació.  
Universitat Autònoma de Barcelona, agost de 1992. 1 vol., 179 p.

### Resum

El treball consisteix en un recull complet de tot el que fa referència a les 22 publicacions d'humor aparegudes a Manresa entre 1872 i 1936: des de dades bàsiques per reconèixer les col·leccions i la seva ubicació, fins als comentaris que les mateixes revistes i/o altres mitjans de comunicació van fer sobre elles, passant pels treballs de recerca, de divulgació o les memòries que hi han fet referència amb posterioritat. L'autora fa també una contextualització històrica de les publicacions per tal de donar una primera aproximació al paper de la premsa de l'època.

L'objectiu del treball és bastir un catàleg de publicacions, mitjançant una recerca exhaustiva, per tal de possibilitar posteriors interpretacions del moment històric i comunicacional en què foren creades. S'inclouen un petit comentari i una fitxa detallada de cadascuna.

En les seves conclusions, l'autora destaca l'abundància de publicacions humorístiques i analitza sumàriament aspectes com el contrast entre les publicacions amb militància política i la volguda intranscendència d'altres, les baralles que mantenien, la seva voluntat d'aixecar polèmica o el seu paper com a plataformes de creació d'opinió.

El treball inclou un annex amb les dades bàsiques de la premsa humorística a Manresa entre 1872 i 1936, reproduccions gràfiques de les capçaleres de les publicacions estudiades i una cronologia del període.

**Paraules clau:** història de la comunicació, documentació.

### Observacions del lector

- L'autora diu clarament que el seu treball aspira, només, a reunir dades útils per a posteriors interpretacions. No és, doncs, un treball interpretatiu, sinó descriptiu. No es planteja, doncs, cap hipòtesi ni es pretén arribar a cap conclusió reveladora.
- La recerca és exhaustiva i les fitxes són clares i molt detallades.

GAYÀ HERNÁNDEZ, M. Victòria  
*Información turística: función y efectos del comentario en la sociedad*  
Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació.  
Universitat Autònoma de Barcelona, setembre de 1992. 3 vol., 40 p.  
(més dos annexes no numerats).  
Direcció: Llorenç Gomis

### Resum

El treball parteix de la hipòtesi que existeix un problema de comunicació entre els economistes, posseïdors d'una informació segura sobre l'estat i el futur del turisme balear, i els destinataris d'aquesta informació, els empresaris i els treballadors del sector turístic. Una deficiència que, segons l'autora, explicaria en part l'enfonsament del turisme balear en els darrers anys. Per tal de localitzar aquest problema, el treball es planteja analitzar com es va desenvolupar el procés informatiu: com es van proporcionar les

dades a la premsa mallorquina, com aquesta les va reflectir i quines han estat les seves conseqüències.

L'estudi pren com a base l'informe econòmic anual editat per entitats bancàries de les Balears i el compara amb les informacions publicades per la premsa mallorquina entre 1973 i 1991 amb motiu de la seva presentació oficial. A partir d'aquesta comparació, l'autora confirma la seva hipòtesi: la forma en què es donen les dades influeix decididament en el contingut de les informacions.

En les seves conclusions, el treball subratlla que els emissors de l'informe anual tendien a oferir un panorama fals, més optimista que realista, per tal de no perjudicar el sector i millorar l'opinió pública sobre el turisme a les Illes.

L'autora afegeix dos annexos, integrats per fitxes i retalls de premsa, en els quals recull les dades econòmiques més significatives del sector turístic balear entre 1973 i 1991.

**Paraules clau:** comunicació periodística, efectes.

### Observacions del lector

- La part principal del treball són retalls de premsa. L'anàlisi és molt escarida, les dades estan desordenades i la redacció és descurada. Els comentaris són telegràfics i semblen més anotacions escrites al marge que reflexions elaborades.
- No inclou bibliografia. Se citen només dos llibres al llarg de tot el treball: GOMIS, Llorenç *Teoría del periodismo* (sense especificar editorial, data...) i CASASÚS i NÚÑEZ LADEVEZE *Estilo y géneros periodísticos*, Ed. Ariel Comunicación.
- No inclou tampoc un índex dels diaris consultats.
- No exposa clarament la metodologia emprada: l'informe en què es basa tot l'estudi (*Evolució econòmica de Balears*) no apareix citat explícitament fins a la pàgina 20.
- Les pàgines no estan numerades.
- Interpreto com a annexos els volums 2 i 3, encara que l'autora no els identifica així.

GIRÓ, Xavier

*Conflictes de televisió a Catalunya (1959-1990)*

Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat.

Universitat Autònoma de Barcelona, desembre de 1991. 1 vol., 164 p.

Direcció: Joan Manuel Tresserras

### Resum

Aquest treball proposa una nova manera d'apropar-se a la història de la televisió a Catalunya. El recorregut que planteja no és lineal, sinó que centra la seva atenció en els moments i conflictes que considera més significatius per entendre la trajectòria del mitjà al Principat. Els canvis de direcció a TVE i RTVE, les successives eleccions generals a l'Estat espanyol, el referèndum de l'OTAN, l'aparició de TV3 o els conflictes entre el nou canal i TVE són alguns dels trets escollits per donar una visió global de l'evolució del mapa audiovisual català.

L'objectiu del treball és identificar i explicar aquests conflictes, aportant visions diferents i sense aspirar a donar una visió definitiva. Per tal de dur-lo a terme, s'ha pres com a documentació la bibliografia existent, s'ha consultat la premsa a l'abast i, sobretot, s'ha parlat amb els protagonistes directes d'aquesta història.

Les conclusions de l'estudi subratllen que el mapa audiovisual català és fruit de la seva història, d'un seguit de conflictes a diversos nivells que n'han determinat la forma concreta en què avui es presenta. El treball analitza la forta dependència del poder governamental de les televisions públiques i les causes i conseqüències de la seva cursa per l'audiència.

L'estudi inclou cronologies de TVE-Catalunya i de TV3 que recullen els fets més destacables de cadascuna, així com alguns fets polítics significatius. Conté també quaddres d'índex d'audiència, hores d'emissió o recursos econòmics de les cadenes.

**Paraules clau:** història de la televisió, Catalunya.

GONZÁLEZ ESCUDERO, Elena

*Un asesinato para la historia: Lucrecia Pérez, 13 de noviembre de 1992*

Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació.

Universitat Autònoma de Barcelona, setembre de 1994. 1 vol., 256 p.

Direcció: Amparo Moreno Sardà

### Resum

L'objectiu d'aquest treball és procurar apropar-se al tractament informatiu del racisme i la «immigració» en la premsa espanyola. L'estudi se centra en la cobertura de l'assassinat de la dominicana Lucrecia Pérez fet per *El País*, *La Vanguardia*, *El Periódico* i *El Mundo* entre novembre de 1992 i gener de 1993. La investigació es fonamenta en una anàlisi comparativa del contingut dels articles publicats pels quatre diaris, entenent el contingut com la manifestació del context social en què es produeixen els missatges. S'avaluen el sensacionalisme i l'etnocentrisme dels comentaris i les informacions (textuals i gràfiques), el seu grau de contextualització i l'èmfasi concret amb què es tracta el succés. Es tenen en compte dos vessants: l'anàlisi temàtica i el de l'actorialització i l'escenificació.

Aquest estudi permet deduir que la construcció d'un esdeveniment informatiu va tenir com a efecte principal l'autoexculpació de la societat i les institucions de la mort de la «immigrant» dominicana. Les conclusions del treball emfasitzen que el tractament del racisme a la premsa és purament conjuntural, que la representació de les víctimes és sensacionalista i que aquestes apareixen sovint retratades com a responsables de la seva situació. Els diaris dramatitzen, construeixen històries, relegant l'anàlisi dels problemes de fons.

**Paraules clau:** comunicació periodística, anàlisi de contingut, racisme.

GONZÁLEZ-ANTÓ, Violant

*Recepció de «l'affaire Dreyfus» i de la campanya de Zola en sis diaris barcelonins de l'època —gener 1898—*

Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació.

Universitat Autònoma de Barcelona, setembre de 1992. 2 vol., 127 p.

(annex no numerat).

Direcció: Josep Maria Casasús i Guri

### Resum

La finalitat del treball és contrastar les diferents recepcions que un mateix fet pot suscitar. L'autora analitza els articles publicats per la premsa barcelonina al voltant de

«l'affaire Dreyfus» i la campanya desenvolupada sobre això per Emile Zola. Estudia tots els escrits que, tant pel contingut com per l'ús fet del llenguatge, han anat més enllà de la notícia, passant al comentari i a l'opinió.

El primer volum del treball conté els documents utilitzats en la investigació i segueix un ordre cronològicament relacionat amb les dates de publicació. Els diaris, que foren triats procurant que n'hi haguessin de tots colors i seguint la jerarquització de Torrent i Tasis, són *La Vanguardia*, *La Renaixensa*, *El Noticiero Universal*, *El Diluvio*, *Diario de Barcelona* i *Correo Catalán*. L'anàlisi és essencialment semàntica i estil·lística, segons la terminologia emprada per Van Dijk.

La investigació permet constatar que la recepció d'un mateix fet està en estreta relació amb la manera en què es transmet: des d'on, a través de quin mitjà i amb els mots de qui. El contingut varia entre els diferents mitjans malgrat que la realitat només és una. Les diferents informacions sovint eren manipulades segons els interessos particulars dels mitjans, jugant amb el lèxic i les construccions del llenguatge o evitant les notícies que no contribuïen a la seva ideologia. L'autora conclou que pel paper que Zola juga en aquest conflicte, com a periodista, podria ser considerat com a precursor del periodisme d'investigació.

**Paraules clau:** comunicació periodística, anàlisi de contingut.

### Observacions del lector

- L'autora manifesta clarament que el seu estudi és més un treball de camp que no pas un intent d'establir noves teories. El planteja com un treball inicial, que mira de complementar una possible investigació futura que, després d'una anàlisi profunda dels articles i la novel·la de Zola, arribi a una comparació capaç de determinar els contactes i les divergències entre el periodisme i la literatura.
- No especifica clarament el marc teòric en què desenvolupa l'anàlisi.
- L'annex no està numerat.

LALUEZA I BOSCH, Ferran

*Estudi analític dels criteris definidors del periodisme d'investigació televisiu.  
Determinació del corpus del cas espanyol*

Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació.

Universitat Autònoma de Barcelona, juny de 1993. 1 vol., 149 p.

Direcció: Montserrat Quesada Pérez

### Resum

L'objectiu bàsic del treball és elaborar el corpus del periodisme d'investigació televisiu fet a Espanya, un propòsit que implica, a més, formular els criteris pels quals podem considerar que un reportatge televisiu és o no d'investigació. Per tal d'elaborar aquesta definició, l'autor va agafar com a punt de partida la bibliografia existent, i la va completar amb converses amb especialistes. El treball es divideix en una primera part, on es formulen els trets definidors del periodisme d'investigació televisiu, i una segona part en la qual s'identifiquen els reportatges d'investigació produïts per emissores de l'Estat espanyol, amb periodicitat no diària i emesos entre els anys 1979 i 1990.

L'elaboració d'aquest corpus permet a l'autor extreure un seguit de conclusions sobre la pràctica del periodisme d'investigació a les televisions espanyoles, que fins ara ha estat més aviat l'excepció que no pas la norma. L'estudi destaca que no es detecta una tendència clara i ferma a anar incorporant aquesta modalitat a l'oferta informativa de les diferents emissores. La principal raó, segons l'autor, és l'absència d'una voluntat decidida per part dels titulars de les emissores a l'hora de dotar els professionals que hi treballen dels mitjans necessaris per desenvolupar una tasca d'aquesta mena.

**Paraules clau:** comunicació periodística, periodisme d'investigació.

### Observacions del lector

- No especifica les fonts orals i documentals emprades, només esmenta les fonts bibliogràfiques que ha fet servir.
- No concreta el marc teòric en què es mou.
- Justifica l'elecció del tema per l'absència d'estudis al voltant del periodisme d'investigació televisiu.
- No planteja cap hipòtesi d'estudi.

LARRÈGOLA I BONASTRE, Gemma

*Televisió d'alta definició. Orígens i evolució*

Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat.

Universitat Autònoma de Barcelona, setembre de 1993. 1 vol., 235 p.

Direcció: Emili Prado i Picó

### Resum

L'estudi se centra en la valoració de les característiques tècniques de la Televisió d'Alta Definició (TVAD) i en la reconstrucció de la seva història, des dels seus inicis fins al moment de presentació del treball, considerant la TVAD com el màxim exponent d'actualitat en l'univers de la televisió. El treball analitza aspectes com les experiències obtingudes a Japó, Europa i Estats Units, els intents d'unificació de normatives, els diferents sistemes de TVAD o els efectes subjectius provocats per les seves característiques tècniques.

Les fonts emprades per l'autora són fonamentalment articles, estudis, ponències, actes de reunions, documents d'ordre intern institucionals i empresarials i converses amb especialistes en TVAD. L'estudi inclou un glossari i cinc quadres explicatius del repartiment mundial dels sistemes de TV-color, el programari Hi-Vision fins al 1992, les cadenes europees que difonen en MAC i els participants i les produccions en Eureka-95.

En les seves conclusions, l'autora destaca les múltiples possibilitats d'aplicació de la TVAD fora del marc de l'estricta radiodifusió. Analitza també la renovació a escala mundial de la maquinària televisiva de producció, transmissió i consum que portaria la implantació de la TVAD i la necessitat de reorientar les indústries que facin servir les seves aplicacions. El treball conclou que es pot qualificar la TVAD com la innovació més rellevant per a l'economia de la comunicació audiovisual dels pròxims anys.

**Paraules clau:** comunicació audiovisual, noves tecnologies.

**Observacions del lector**

- Aquest treball ha comptat amb l'Ajut a Treballs d'Investigació sobre la Comunicació de Masses que atorga el Centre d'Investigació de la Comunicació de la Generalitat de Catalunya, en la convocatòria de 1992.
- No es formula cap hipòtesi, almenys de manera explícita.

LÁZARO PERNIAS, Patrícia

*L'espectacularització de la informació com a factor de credibilitat.*

*Tendències escenogràfiques*

Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat.

Universitat Autònoma de Barcelona, setembre de 1992. 1 vol., 122 p.

Direcció: Armand Balsebre

**Resum**

El treball sorgeix motivat pels canvis produïts en el panorama televisiu espanyol, més concretament en els programes informatius, amb l'aparició dels nous canals de televisió autonòmics i privats. La recerca es proposa analitzar com aquestes transformacions s'han manifestat en la posada en escena dels informatius diaris i les raons i les conseqüències d'aquests canvis.

La recerca està orientada en dos vessants. D'una banda, veure si els recursos escenogràfics utilitzats actualment en els informatius introdueixen diferències significatives entre els discursos informatius i els discursos de ficció. I, de l'altra, plantejar els instruments d'estudi necessaris per determinar com pot afectar aquesta espectacularització dels recursos escenogràfics en la percepció de credibilitat que en tindrà l'audiència.

A la primera part del treball es desenvolupa un estudi bibliogràfic del concepte d'espectacularització de la informació que és aplicat després a l'estudi descriptiu de l'escenografia dels programes informatius diaris que es van poder veure a Catalunya durant una setmana. La segona part de la investigació es fonamenta en l'estudi teòric del concepte de credibilitat informativa, seguint la psicologia de Knapp, i exposa els instruments d'anàlisi útils per treballar en futures investigacions sobre el tema.

**Paraules clau:** anàlisi del discurs televisiu.

**Observacions del lector**

- L'autora planteja el treball com un esglaió cap a la seva futura tesi doctoral.
- Les hipòtesis estan formulades de forma clara. No es concreta el marc teòric d'anàlisi.
- No especifica la setmana en què es basa l'anàlisi (almenys, en l'apartat dedicat a explicar la metodologia emprada i la delimitació del corpus).

LLUNAS, Pere

*La televisió i la interpretació de la realitat*

Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat.

Universitat Autònoma de Barcelona 1994. 2 vol., 92 p.

Direcció: Àngel Rodríguez Bravo

**Resum**

L'objectiu d'aquesta investigació és fer un pas endavant en el coneixement de les relacions que existeixen entre la realitat que presenta la televisió i la realitat dels individus i com



aquesta realitat pot ser modificada o no per la influència de la televisió, partint de la hipòtesi que la televisió configura la concepció i la interpretació de la realitat de les persones.

S'estudia la televisió com a fenomen social, com a mitjà que utilitza diverses tècniques narratives i de verisme per estructurar un discurs amb la finalitat de construir un univers que simula el món real, dins el marc teòric de la sociologia del coneixement a partir de les aportacions de Berger i Luckmann.

La investigació s'efectua sobre un corpus reduït d'adolescents mitjançant la projecció de cintes de vídeo i la posterior realització de qüestionaris individuals i en grup que són enregistrats en cinta magnetoscòpica i en vídeo, les transcripcions dels quals consten en els annexos del segon volum.

La conclusió de la recerca confirma la hipòtesi quan les informacions pertoquen a l'àrea cognitiva, però quan aquestes tenen la seva incidència en l'àrea afectiva, no sembla demostrada aquesta influència, tot esperant noves recerques que vinguin a confirmar o desmentir aquestes asseveracions.

**Paraules clau:** televisió i interpretació de la realitat.

### Observacions del lector

- Es justifica l'elecció del tema.
- Es delimita l'objecte d'estudi.
- Les hipòtesis estan formulades de forma clara.
- S'explicita el marc teòric i conceptual en què es va treballar.
- Les conclusions suggereixen cap a on hauria d'anar aquest treball, plantejant possibilitats d'actuació.

MARTÍNEZ LLABRES, Gloria

*Persuasión publicitaria. La voz del personaje y la implicación emotiva*

Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat.

Universitat Autònoma de Barcelona, 1994. 1 vol.

Direcció: Ángel Rodríguez Bravo

### Resum

La interconnexió de tres camps, la veu humana, la persuasió publicitària i la dimensió emocional de l'home, té com a objectiu estructurar un marc teòric que expliqui la veu humana com a element de persuasió en el camp de la televisió.

Es parteix de la hipòtesi que la informació fonoestèsica de tipus afectiu que vehicula els missatges publicitaris televisius està del tot determinada pels fenòmens d'implicació emotiva desencadenats durant la percepció d'aquests missatges.

La revisió de l'estat de la teoria de la persuasió, amb la sospita que l'enfocament tradicional cognitiu no recull la dimensió afectiva de l'home, porta a la constatació de la necessitat de reformulació de la teoria on s'aprofundeixi en la persuasió com a procés d'influència i en l'emoció com a estat afectiu i la seva importància en les relacions comunicatives de l'home.

Per tant, s'estructura un model gramatical bàsic que pot ajudar al personatge publicitari a comunicar l'emoció adequada amb tanta precisió i versemblança que l'espectador no només pugui reconèixer-la sinó que fins i tot pugui arribar a implicar-se emocionalment en el missatge. El pas següent és la comprovació empírica.

**Paraules clau:** persuasió publicitària.

### Observacions del lector

- Es justifica l'elecció del tema.
- Les hipòtesis estan formulades de forma clara.
- Les conclusions suggereixen cap a on hauria d'anar aquest treball.

MASSANÉS I VILAPLANA, Joan

*El tractament del turisme a diversos diaris editats a Barcelona i el gironí de més difusió*

Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació.

Universitat Autònoma de Barcelona, 1990. 1 vol., 140 p.

Direcció: Josep Maria Casasús i Guri

### Resum

La recerca enceta l'anàlisi de les unitats redaccionals que en funció del seu contingut es poden considerar com de caire turístic, publicades a quatre diaris de Barcelona (*El País, El Periódico, La Vanguardia, Diari de Barcelona*) i a un de Girona (*El Punt*).

Es parteix de la hipòtesi que el turisme, generalment, és tractat a la premsa diària catalana, no tant pel seu propi pes específic, sinó pel vessant politicoeconòmic o pel nivell de conflictivitat que de vegades genera.

L'anàlisi dels cinc diaris es realitza escollint la primera setmana de cada mes entre octubre de 1989 i setembre de 1990. Es recull la distribució de les unitats redaccionals per temàtica, extensió, mesos i dies de la setmana d'aparició, sector i conflictivitat.

Les conclusions apunten a una majoritària presència de les unitats redaccionals pertanyents a temàtiques relacionades amb conflictes, de l'aparició en diumenge com a senyal de la concepció atemporal que d'aquestes es tenen a les rutines periodístiques, així com una especial dedicació al tractament d'informacions relacionades amb l'allotjament i l'increment d'aquestes unitats redaccionals en els mesos tradicionalment considerats de vacances, just quan la informació no és tan necessària per al públic que ja ha escollit la seva destinació.

**Paraules clau:** turisme i mitjans de comunicació

### Observacions del lector

- Es justifica l'elecció del tema.
- Es delimita l'objecte d'estudi.
- Les hipòtesis estan formulades de forma clara.
- Les conclusions no plantegen possibilitats d'actuació.
- La descripció domina per sobre l'anàlisi i la reflexió.

PEIRÓ MARZAL, M. Carmen

*Estratègies de programació en televisió (La vía española a la hipercompetencia)*

Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat.

Universitat Autònoma de Barcelona 1993. 1 vol., 140 p.

Direcció: Josep M. Martí i Martí

### Resum

L'objectiu de la recerca és analitzar la programació televisiva a Espanya després del

trencament del monopoli de la televisió pública amb la concurrència de les televisions privades, que comportà la problemàtica de la competència.

D'una banda, s'analiza l'estratègia específica de cadascuna de les cinc cadenes convencionals que es reben a Catalunya durant l'any 1992.

De l'altra, es realitza un estudi dels gèneres programats en un corpus restringit, a partir de la divisió bàsica ficció/no ficció i adaptant-la a les característiques dels programes del moment.

A les conclusions s'avalua l'impacte de la nova situació amb conseqüències que afecten la concepció dels gèneres, que ha de ser reformulada com un flux de programació.

La competència també comporta un encariment dels denominats gèneres de ficció que les televisions tendeixen a substituir amb productes híbrids caracteritzats per un ascens dels presentadors estrella i amb la presència de l'espectador a l'escenari. Es generalitzen les estratègies de contraprogramació i es creen noves formes publicitàries adaptades a la nova situació de concurrència de múltiples cadenes.

**Paraules clau:** programació, televisió.

### Observacions del lector

- Les hipòtesis no són formulades.
- No s'explicita el marc teòric i conceptual en el qual es treballa.
- Està ben escrita.
- Les conclusions plantegen nous camins a seguir.

PEREGRINO DE MORAIS, Wilma

*Ciència y periodismo. En busca del tiempo perdido*

Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació.

Universitat Autònoma de Barcelona, 1994. 1 vol., 48 p.

Direcció: Lorenzo Vilches

### Resum

L'objectiu de la recerca és estudiar la relació entre els científics com a font i els periodistes com a caps de la producció i divulgació de la informació científica recollida per la premsa d'Espanya i Brasil.

La recerca, metodològicament, presuposa un estudi en l'àrea del llenguatge on la informació científica és explorada com a objecte d'anàlisi des de la producció/redacció de la notícia fins a la seva divulgació en els mitjans, per tal de caracteritzar els processos de producció de la informació científica i de la informació periodística mitjançant l'observació de les rutines de producció.

La distinta dimensió que posseeix el temps en la producció de la ciència i en el treball periodístic té com a conseqüència la manca de reflex de la metodologia del treball científic en la feina del periodista especialitzat. Aquesta manca de coincidència en la concepció temporal comporta dificultats en el tractament de la informació per part dels professionals dels mitjans.

**Paraules clau:** periodisme científic.

POUSA, Xosé Ramón

*Evolución histórica de la radio en Galicia (nacimiento, principales etapas. La radio y la situación política. La audiencia radiofónica. La radio y la lengua)*

Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat.

Universitat Autònoma de Barcelona, 1992. 1 vol., 71 p.

Direcció: Emili Prado i Picó

### Resum

El treball és una compilació de les dades disperses en diferents documents de la història de la ràdio a Galícia i un intent d'omplir els nombrosos buits sobre determinades èpoques mitjançant les entrevistes amb persones vinculades, en un moment o altre, amb el mitjà.

Les primeres emissions estables a Galícia es realitzaren l'any 1932, amb un considerable endarreriment amb la resta d'Europa i, fins i tot, amb d'altres llocs de l'Estat espanyol. Al llarg del treball es fa un repàs a les diferents etapes, incloent-hi les emissions adreçades a Galícia realitzades per la BBC de Londres.

D'altra banda, s'analitza el fracàs de les pretensions del Govern autònom d'intentar fomentar un model radiofònic en el qual tingués un pes específic la producció realitzada a Galícia i la utilització de l'idioma gallec en la radiodifusió.

L'estructura i audiència de la ràdio a Galícia a l'actualitat és estudiada mitjançant un breu recorregut per les emissores existents a Galícia. Les circumstàncies actuals són, d'una banda, una marcada voracitat de les cadenes estatals i, de l'altra, els criteris minifundistes de les emissores gallegues, fet que produeix una situació en què la utilització del gallec en les emissions radiofòniques és merament anecdòtica.

**Paraules clau:** història de la ràdio, Galícia.

### Observacions del lector

- No hi ha hipòtesis i, com a conseqüència, no hi ha conclusions clarament especificades.
- Hi ha un treball d'interpretació i reflexió, no és merament descriptiu.

PUIALTO RODRÍGUEZ, Pedro

*Eleuterio Quintanilla, principal discípulo de Ricardo Mella*

Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació.

Universitat Autònoma de Barcelona, octubre 1992. 1 vol.

### Resum

La recerca fa un recorregut per la vida i l'obra d'Eleuterio Quintanilla, una de les personalitats més destacades del moviment llibertari espanyol, així com les seves relacions amb Ricardo Mella, de qui es pot considerar deixeble i amb qui col·laborà en la realització de nombroses revistes anarquistes, la més important de les quals es pot considerar *Acción Libertaria*.

En la investigació es recull la seva obra periodística en publicacions obreres d'Astúries, la seva tasca educativa i la seva militància anarquista. En l'obra es recullen els fets que portaren Quintanilla a abandonar els llocs capdavanters dels moviments llibertaris que ocupà durant el primer terç del segle com a conseqüència de les seves discrepàncies ideològiques.

En el volum consta una bibliografia sobre Ricardo Mella que inclou les seves obres, els pròlegs que realitzà, traduccions i col·laboracions periodístiques.

**Paraules clau:** publicacions anarquistes.

### **Observacions del lector**

- No hi ha hipòtesis formulades ni conclusions explícites.
- No s'explicita el marc teòric en què es treballa.

QUINTANA, Ángel

*La utopía televisiva de Roberto Rossellini*

Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat.

Universitat Autònoma de Barcelona, juny 1993. 1 vol., 206 p.

Direcció: Romà Gubern

### **Resum**

A partir del visionat de tota l'obra televisiva de Rossellini es planteja una introducció al projecte enciclopèdic i al mètode del cineasta.

L'any 1963, Roberto Rossellini va prendre la decisió d'abandonar el cinema i dedicar-se a experimentar en el terreny de la televisió dins d'un ampli projecte didàctic que se sustentava en la convicció del poder de la imatge per educar.

La primera part del treball se centra en l'estudi dels plantejaments teòrics que sustenten la producció televisiva del director italià i que sorgeixen de la seva concepció de la modernitat, que és glossada en el treball a partir dels llibres i articles que sobre el tema redactà Rossellini.

A continuació es procedeix a una anàlisi crítica de tots els seus treballs televisius, incloses una sèrie d'obres cinematogràfiques que es consideren com a clars precedents de la seva producció per a televisió. De totes les obres analitzades consta la seva fitxa filmogràfica.

A la recerca s'actualitzen els diversos estudis i opinions que s'han anat formulant sobre l'obra en qüestió, tant els del mateix Roberto Rossellini com els d'altres estudiosos que comentaren la seva obra.

**Paraules clau:** televisió.

### **Observacions del lector**

- Es justifica l'elecció del tema i es delimita l'objecte d'estudi.
- Les hipòtesis no estan formulades, i com a conseqüència no hi ha conclusions.

RAMENTOL, Santiago

*Les revistes científiques a la Universitat Autònoma de Barcelona.*

*Passat, present i futur: estratègies per sortir del pou*

Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació.

Universitat Autònoma de Barcelona, juny de 1994. 1 vol., 116 p.

Direcció: Mar Fontcuberta

### **Resum**

La recerca presenta les setze revistes científiques que s'editen a la Universitat Autònoma de Barcelona en el moment de la realització del treball. L'objectiu comú d'aquestes

publicacions és la reproducció d'estudis, articles de reflexió teòrica i informes sobre investigació i recerca.

Es recullen exhaustivament les característiques de les revistes, tot estudiant la història, els continguts, la periodicitat, els objectius concrets, els destinataris, els subscriptors i el grau d'organització de cadascuna d'elles.

La conclusió a què s'arriba és que, en general, aquestes publicacions presenten deficiències en l'organització, continguts i difusió, que impedeixen que puguin desenvolupar els seus objectius.

Per tal de millorar el funcionament i distribució s'especifica la proposta d'un model de desenvolupament que es concreta en la creació d'unes normes clares de suport institucional, redacció d'un llibre d'estil per homogeneïtzar la qualitat dels continguts i la presentació, la creació d'una mínima infraestructura editorial, administrativa i de suport a la promoció per part de la Universitat, així com l'elaboració d'una estratègia de comunicació, promoció i distribució per augmentar la difusió i facilitar l'assoliment dels seus objectius com a elements de dinamització en els seus respectius àmbits.

**Paraules clau:** premsa científica.

### Observacions del lector

- La proposta d'acció apareix ben detallada, inclou el pressupost necessari, i justificada.
- No hi ha cap mena de bibliografia ni s'exposa un marc referencial excepte vagues referències a la situació internacional.
- L'ordre del treball és confús, l'índex apareix després de la bibliografia i les primeres pàgines no apareixen numerades, fet que hi dificulta la recerca dels temes.

REBOLLO ITURRALDE, Eduardo

*Inéditos. De las pequeñas historias privadas a la historia colectiva*

Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació.

Universitat Autònoma de Barcelona, 1993. 1 vol., 251 p.

Direcció: Teresa Velázquez García-Talavera

### Resum

L'objectiu de la recerca és l'anàlisi de les divuit emissions d'*Inéditos* al Canal 10 d'Uruguai l'any 1989. El programa és un recull de filmacions realitzades per afeccionats a la primera meitat del segle.

Es destaca el valor documental d'aquests films en l'estudi de la història de la vida quotidiana privada de la societat del segle XX i el seu paper com a reflex (fragmentari) del procés de conformació d'identitats socials i culturals.

Després d'una introducció al cinema d'afeccionats i a l'Uruguai com a context per a la producció del programa, es passa a analitzar el programa en els tres moments de la seva realització: com a projecte, com a producció i com a producte. En aquests tres moments s'estudien diferents aspectes d'*Inéditos* com són el rol de les institucions, les rutines de producció, l'estructura del programa com a reportatge o les audiències i les reaccions provocades per l'emissió del programa.

A les conclusions es constaten les possibilitats del cinema d'aficionats com a testimoni voluntari, involuntari, casual i, de vegades, únic testimoni i, per tant, com a eina essencial en l'estudi de la història de l'Uruguai des d'una perspectiva no tradicional.

**Paraules clau:** cinema d'aficionats, Uruguai.

### Observacions del lector

- Es justifica l'elecció del tema.
- Les hipòtesis estan formulades de forma clara.
- Hi ha anàlisi i reflexió sobre el tema d'estudi.
- Les conclusions suggereixen cap a on hauria d'anar aquest treball.

RODRÍGUEZ LÓPEZ, Francesca

*L'ensenyament de periodisme a Europa. Estudi de tres models de formació*

Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació.

Universitat Autònoma de Barcelona, març de 1994. 1 vol., 222 p.

### Resum

L'objectiu del treball és fer paleses les característiques principals de l'ensenyament del periodisme a Europa.

Després de demanar informació mitjançant una carta a tots els centres que imparteixen aquests estudis al continent (annexos 1, 2, 3 i 4), s'analitza la informació rebuda dels 122 centres dels quals s'obtingué contestació (Annex 5) per, posteriorment, centrar-se en tres models concrets: la *Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona*, a Espanya; el *Centre d'Enseignement du Journalisme de la Universitat Robert Schuman d'Estrasburg*, a França, i *The Graduat Centre for Journalism de la City University*, al Regne Unit. La primera com a representant d'una tradició d'ensenyament universitari; la britànica, d'un model on s'ha prioritzat l'ensenyament al mitjà, i la francesa, com a exemple d'un model d'ensenyament que es mou entre aquestes dues tradicions. La informació sobre aquests centres es completa amb enquestes als tres responsables (Annex 6).

Com a conclusió es constata la dificultat d'un acostament dels diferents models d'ensenyament del periodisme a Europa en moure's entre dos models diferents establerts a partir d'una tradició d'ensenyament totalment diferents. Encara que els continguts dels programes són, essencialment, semblants, la diferència es troba en el percentatge de temps dedicat a assignatures acadèmiques i a tècniques, i es dona més importància a les primeres en aquells llocs on la tradició és universitària i les segones on ha prevalgut la formació al mitjà de comunicació.

**Paraules clau:** ensenyament de periodisme.

### Observacions del lector

- Es justifica l'elecció del tema.
- Es delimita l'objecte d'estudi.
- Està ben escrita.

SORIANO CLEMENTE, Jaume

*Prensa tècnica i professional. Definició i cens de publicacions a Catalunya*

Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació.

Universitat Autònoma de Barcelona, setembre de 1994. 1 vol., 106 p.

### Resum

El doble objectiu de la recerca és estudiar la premsa tècnica i professional com a fórmula editorial moderna per definir-la com a objecte d'estudi i la realització d'un cens exhaustiu d'aquestes publicacions a Catalunya durant l'any 1993 (Annex 1).

Aquest sector editorial queda definit pels continguts especialitzats, les audiències limitades i la difusió exclusiva entre un públic tipus. El concepte de premsa tècnica i professional es vertebrava, doncs, a partir de les necessitats comunicatives derivades del nou col·lectiu social de treballadors professionals i tècnics en branques productives concretes.

L'elaboració del cens de publicacions demostra que la forma més eficaç de comptabilitzar les publicacions tècniques i professionals són les llistes elaborades per ser utilitzades pels publicitaris, més que no pas les de les associacions o els serveis de mesurament d'audiències, l'increment quantitatiu de les quals no és una de les principals preocupacions d'aquest tipus de premsa.

A les conclusions es considera que la premsa tècnica i professional és una fórmula de publicació periòdica que pertany al conjunt de la premsa especialitzada pel que fa als seus continguts, però que també respon a uns criteris d'especialització per audiències que els fa especialment atractius als anunciants, i que, a més a més, es caracteritza per una estructura de la propietat editorial particular, àmplies periodicitats i forta implantació en la zona urbana més industrialitzada dins l'àmbit català.

**Paraules clau:** premsa especialitzada.

### Observacions del lector

- Es justifica l'elecció del tema.
- Es delimita correctament l'objecte d'estudi.
- Les conclusions suggereixen línies d'investigació suplementàries per ampliar el coneixement de la premsa tècnica i professional.

SUNÉ I BALCELLS, Ramon

*Anàlisi hemerogràfica diacrònica automatitzada: aplicació a El País 1976/91*

Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació.

Universitat Autònoma de Barcelona, maig de 1992. 1 vol., 63 p.

### Resum

La proposta de la recerca consisteix en l'elaboració i prova d'un model d'anàlisi hemerogràfica vàlid per a tot tipus de publicacions i operatiu amb grans corpus mitjançant l'entorn informàtic *Dbase III plus*.

La metodologia utilitzada és l'anàlisi de tipus estructural: la distribució de les grans unitats de la publicació enfocant els aspectes formals i morfosintàctics a partir del model elaborat per Amparo Moreno. En el treball es posa a prova el model d'anàlisi en un corpus constituït pels exemplars del primer dijous d'octubre del diari *El País* entre l'any 1976 i el 1991.



L'avaluació del model d'anàlisi i del programa informàtic utilitzat per a la seva realització és positiu en la mesura que s'ha establert un model d'anàlisi hemerogràfica automatitzada que permet obtenir una visió general de la publicació i la seva evolució amb capacitat per operar amb amplis corpus. Aquest model, que ofereix una àmplia informació sobre la distribució de la superfície i la presentació que adopten les unitats comunicatives, presenta el dèficit de no oferir dades sobre els continguts, que són l'aspecte que aporta informació sobre les propostes ideològiques que realitza cada publicació.

**Paraules clau:** metodologia d'anàlisi, premsa.

### Observacions del lector

— A les conclusions es plantegen millores i línies d'actuació per continuar l'anàlisi.

TAVARES, Dirceu

*Partitura de la acera. Software educativo para la creación publicitaria*

Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat.

Universitat Autònoma de Barcelona, 1992. 1 vol., 84 p.

### Resum

La recerca és la base teòrica per a la posterior realització pràctica d'un programa informàtic, *Partitura de la acera*, adient per a l'ensenyament de creació publicitària. Es parteix de l'experiència docent en l'àmbit per constatar la manca de funcionalitat d'un model analític per a l'aprenentatge de la creativitat. En general, es considera que els instruments per observar la realitat que rep l'alumne no estan associats amb la manipulació dels símbols utilitzats en la transmissió d'informacions.

A partir de les aportacions dels publicitaris nord-americans Bernbach i Webb Young, es proposa el programa com una tècnica per produir idees. El programa ha de combinar l'estimulació de la percepció, classificació i recollida de dades de la realitat i de les expressions de la comunicació massiva per, mitjançant jocs aleatoris, estimular la creativitat dels alumnes. A més, el programa ha de proporcionar ajuda en el desenvolupament del guió publicitari mitjançant l'autoavaluació.

En les conclusions es destaca que l'adopció d'un mètode obert d'ensenyament de la creativitat permetrà a l'alumne el descobriment del seu propi *estil narratiu*.

**Paraules clau:** creació publicitària

### Observacions del lector

— Les conclusions suggereixen cap a on hauria d'anar aquest treball en el desenvolupament del programa informàtic.

ZAMORA LÓPEZ, María Mercedes

*Propuesta metodológica para el análisis del discurso*

Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació.

Universitat Autònoma de Barcelona, setembre de 1992. 1 vol., 150 p.

Direcció: Teresa Velázquez García-Talavera

### Resum

L'objectiu de la recerca és establir la base teòrica per a la realització posterior d'un treball d'investigació sobre la línia editorial del diari barceloní *La Vanguardia*.

El marc teòric en el qual es desenvoluparà l'estudi és la sociologia del coneixement, tot recollint les aportacions de Schutz, Berger i Luckman, i Tuchman.

A la segona part del treball s'estudia la metodologia a emprar en la futura investigació: una combinació d'anàlisi de continguts i d'anàlisi del discurs. Pel que fa a l'anàlisi de continguts es fa un recull exhaustiu de les aportacions de Krippendorff. L'anàlisi del discurs, per la seva banda, se sustenta en els treballs de Van Dijk.

A les conclusions es considera que el marc de la sociologia del coneixement permet situar els mitjans de comunicació a l'àmbit de la producció humana de significats i de relacions socials. Això permet entendre la realitat dels mitjans com a fenòmens que participen de les formes institucionalitzades per l'home per relacionar-se amb els altres. Finalment, l'anàlisi de continguts hauria de permetre oferir una sèrie de dades objectivables que l'anàlisi del text, detallada, explicitarà i ampliarà.

**Paraules clau:** metodologia d'anàlisi, premsa.

### Observacions del lector

- S'explicita exhaustivament el marc teòric i conceptual en què es va treballar.
- Bàsicament, segueix aportacions ja realitzades sense fer-ne d'originals.
- Les conclusions suggereixen cap a on hauria d'anar aquest treball: la realització pràctica del plantejament teòric.

## Llistat de treballs que no es troben a la Biblioteca de Ciències de la Comunicació (UAB) ni als departaments i que foren llegits des de 1990

### *Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat*

- ALTARRIBA SENSADA, Miguel. *La redacción creativa en el mensaje publicitario*, juny de 1993. (Direcció: Mario Herreros Arconada)
- CATALÀ DOMÉNECH, Josep Maria. *La imagen en la era de la reproducción industrial para el (...)*, 1994. (Direcció: Romà Gubern)
- GÓMEZ DÍAZ, Antonio. *La problemática publicitaria del medio prensa*, desembre de 1991. (Direcció: Mario Herreros Arconada)
- MARTÍNEZ CORCUERA, Raul. *Análisis de la programación de un canal de televisión (...)*, 1992.
- PERDIGUER ANDRÉS, Agustín. *La sponsorización. Buscando un cambio de actitud*, novembre de 1991. (Direcció: Mario Herreros Arconada)
- RIAMBAU MÜLLER, Esteban. *El cinema durant el franquisme*, 1992
- ROSELL PUJOL, Josep Antoni. *La información en la radiodifusión española*, desembre de 1991. (Direcció: Josep Maria Martí Martí)
- SANTAMARIA BLANCO, Montserrat. *Línea 900: análisis d'una nova fórmula de reportajes televisius*, 1994. (Direcció: Montserrat Quesada)
- SANTASUSANA BALAÑA, Eugenio. *La publicidad en el punto de venta: el sexto medio*, maig de 1995. (Direcció: Mario Herreros Arconada)

SULLIVAN, M. Teresa. *El patrocinio y mecenazgo en el desarrollo cultural catalán*, juny de 1991. (Direcció: Armand Balsebre)

### *Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació*

BORRELL SALA, Jordi. *El periodisme d'investigació en la televisió*, maig de 1992. (Direcció: Montserrat Quesada Pérez)

GIL BOLÍVAR, Fabio Alberto. *Las cadenas radiales colombianas*, 1991. (Direcció: Mar Fontcuberta)

GUEVARA TORRES, María Teresa. *20 años de olimpiadas culturales: un trabajo comparativo*, 1992

MORALES RUIZ, Juan José. *La publicación de la ley de represión de la masonería en los periódicos de Zaragoza (1940)*, juliol de 1992. (Direcció: Marcial Murciano)

OROVITG MONTALVO, Fernando. *Análisis de unas elecciones*, 1992.

PÉREZ BERNAD, Belinda. *Els gabinets de premsa als ajuntaments*, 1992.

RIVIÈRE, Margarita. *La moda en la comunicación planetaria*, 1991. (Direcció: Miquel de Moragas)

TUDURI BORRAS, Carles. *Televisió i jocs olímpics*, 1993.

UDINA ABELLÓ, Ernest. *El nou espai europeu dels mitjans de comunicació*, 1990. (Direcció: Héctor Borrat)

### *Treballs incomplets (que es troben a la Biblioteca)*

PLATJA I MATEU, Antoni. *Tàctica i estratègia de Jordi Pujol en les quatre campanyes electorals*, 1992. (Direcció: Llorenç Gomis). Departament de Periodisme.

BRAVO COVARUBIAS, Ernesto. *La programación radioeducativa en Barcelona. Elementos para su análisis*, 1990.