



R. Murciaño

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

DEPARTAMENTO DE TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

CURSO 1976/77

ASIGNATURAS:

- INTRODUCCIÓN AL FENÓMENO DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS (HISTORIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL). Prof. MARCIAL MURCIANO
- INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN. Prof. JOSÉ MANUEL PÉREZ TORNERO

Plan general -independiente para cada asignatura- para aquellos alumnos que deseen ser incluidos en el grupo especial de tutorías.

El acogerse al sistema especial de tutorías implica que no será necesario acudir a las clases que se impartirán, a cada grupo, tres horas a la semana. Para optar a la calificación, los alumnos deberán presentarse a lo largo del curso a dos exámenes liberatorios y llevar a cabo dos trabajos sobre la temática de la asignatura. Los alumnos que no se presenten a estas pruebas, consideradas de evaluación continua, podrán hacerlo en una convocatoria final, a primeros de junio, sobre las materias del programa que se adjunta. El examen consistirá en el desarrollo de dos temas y en un comentario argumentado sobre un texto propuesto por el profesor.

El primer examen de cada una de las asignaturas citadas, para aquellos alumnos que opten por la evolución a lo largo del curso, se realizará en el mes de enero; el segundo, a finales del mes de mayo. El mismo día que los alumnos se presenten a las pruebas deberán entregar los trabajos determinados por cada profesor, tal como se indica en el programa. Las convocatorias para cada examen aparecerán en el tablón de anuncios de la Facultad (Dpto. de Teoría de la Comunicación), diez días antes de cada uno de ellos. En ese mismo tablón se expondrán las calificaciones obtenidas en un plazo no superior a los veinte días, a contar desde el día de la prueba.

El primer lunes lectivo de cada mes tendrá lugar, a las cuatro de la tarde, en un aula de la facultad designada con antelación, una sesión de trabajo en la que los profesores darán explicaciones relativas en cada caso a visiones globales de las asignaturas o a temas concretos que ofrezcan especial dificultad para ser estudiados por cuenta propia. Por otra parte, los profesores designarán, de acuerdo con los alumnos, los días necesarios para recibir en su despacho a los alumnos que deseen consultar temas relativos al programa o a los trabajos del curso. Aunque se recomienda la asistencia, las sesiones de trabajo tienen carácter voluntario.

Se considera que un alumno se acoge al sistema de tutorías cuando entrega la ficha que se adjunta a esta información, convenientemente cumplimentada y especificando en ella la palabra TUTORIAS, al profesor encargado de la asignatura. La entrega deberá hacerse en el plazo de un mes, a partir del día en que se reciba. La primera sesión de tutorías se celebrará en el mes de diciembre.

1. INTRODUCCIÓN

- 1.1 Introducción a la información de masas.
- 1.2 La comunicación en la era industrial.
- 1.3 Los condicionamientos económicos de la información.
- 1.4 Condicionamientos técnicos de la prensa moderna.
- 1.5 La prensa y su función social.
- 1.6 La información en España.
- 1.7 La superinformación.

2. APROXIMACIÓN HISTÓRICA

- 2.1 Teatro.
- 2.2 Libro.
- 2.3 La llegada de la radiodifusión.
- 2.4 La televisión.
- 2.5 De los primeros periódicos a la prensa actual.

3. SUJETOS DE LA COMUNICACIÓN. I LA EMPRESA

- 3.1 Problemas actuales de la empresa periodística; la supervivencia de la prensa.
- 3.2 Papel de periódicos e imprentas.
- 3.3 La publicidad.
- 3.4 Distribución y venta.
- 3.5 Perspectivas de la empresa periodística en el área capitalista.

4. SUJETOS DE LA COMUNICACIÓN. II EL PERIODISTA

- 4.1 El periodista.
- 4.2 Derechos y deberes del profesional.
- 4.3 La cláusula de conciencia.
- 4.4 Sociedades de redactores.
- 4.5 La enseñanza de las ciencias de la información.

5. LOS CONTENIDOS DE LA PRENSA. LA NOTICIA

- 5.1 Las fuentes de la información.
- 5.2 El tratamiento de la noticia.
- 5.3 Prensa diaria, semanal o mensual y periódicos especializados.

6. SUJETOS DE LA COMUNICACIÓN. III EL PÚBLICO

- 6.1 El interés por la prensa.
- 6.2 La percepción de las noticias.
- 6.3 Actitudes; la rebelión del público.

7. SUJETOS DE LA COMUNICACIÓN. IV EL PÚBLICO

- 7.1 Difusión de conocimientos y limitación de influencia.
- 7.2 Los medios de acción.
- 7.3 La estructuración de las opiniones.
- 7.4 Impacto de los mensajes en la modificación del comportamiento.

8. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- 8.1 Prensa escrita.
- 8.2 Radio.
- 8.3 Televisión.
- 8.4 Especificidad de cada uno de los medios.
- 8.5 La prensa escrita en el mundo.
- 8.6 La radiodifusión en el mundo.
- 8.7 La televisión en el mundo.

9. CONCEPCIONES SOBRE LA INFORMACIÓN DE MASAS

- 9.1 Estrategia del capitalismo.
- 9.2 La estrategia del marxismo.
- 9.3 Sistemas autoritario, paternalista, comercial y democrático.



## 10. PROBLEMAS DE LA LIBERTAD DE PRENSA

- 10.1 La libertad de prensa como mito.
- 10.2 La idea de la libertad y su realización.
- 10.3 Igualdad ante la información.

## 11. LA PRENSA ANTE EL FUTURO

- 11.1 Educación.
- 11.2 Reforma de las instituciones.
- 11.3 Cambio de las instituciones.

## 12. LA LUCHA POR LAS RESPONSABILIDADES

- 12.1 La libertad positiva.
- 12.2 Las modalidades de control social.
- 12.3 Valor y poder de la información contemporánea.

## 13. LA PROPAGANDA POLÍTICA

- 13.1 El clima.
- 13.2 Las dos fuentes de propaganda.
- 13.3 La propaganda de tipo leninista.

## 14. LA PROPAGANDA POLÍTICA II

- 14.1 Reglas y técnicas.
- 14.2 El mito, la mentira y el hecho.
- 14.3 Opinión y propaganda.
- 14.5 Democracia y propaganda.

### Notas:

- El presente programa ha sido elaborado a partir de los temas que se desarrollan en los libros que se detallan en la BIBLIOGRAFIA I, considerada de estudio. El programa pretende ser únicamente una ordenación de las materias que tratan dichos libros, con el fin de facilitar el aprendizaje al alumno.

- El primer exámen liberatorio de esta asignatura incluirá los temas 1 a 7 inclusive; el segundo, desde el 8 al 14.

. . . . .

### Trabajos:

- La entrega del primer trabajo se efectuará a mediados de enero, durante el primer exámen. El trabajo consistirá en una reseña crítica de uno de los siguientes libros: 1, 2, 3, y 4, según la numeración que corresponden en la bibliografía que se detalla a continuación.

- Para el segundo trabajo la reseña crítica deberá ser sobre uno de los siguientes libros: 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12. El trabajo se entregará durante el segundo exámen, a mediados de mayo.

- La extensión mínima de cada trabajo no será menor de seis ho-  
landesas a doble espacio.

. . . . .

### Bibliografía:

#### I. BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

1. MANUEL VÁZQUEZ MONTALBÁN, "Informe sobre la información", Barcelona, Editorial Fontanella.
2. BERNARD VOYENNE, "La prensa en la sociedad contemporánea", Madrid, Editora Nacional.
3. JL SERVAN SCHREIVER, "El poder de informar", Barcelona, Editorial Dopesa.
4. RAYMOND WILLIAMS: "Los medios de comunicación social", Barcelona, Editorial Península.

5. JEAN M. DOMENACH, "La propaganda política", Barcelona, Editorial Península.

## II BIBLIOGRAFIA DE AMPLIACION

6. CAMILO TAUFIC, "Periodismo y lucha de clases", Madrid, Akal Editor.
7. JOSE LUIS ARANGUREN, "La comunicación humana"; Madrid, Editorial Guadarrama.
8. W HUND, "Comunicación y sociedad", Madrid, Editorial Alberto Corazón.
9. HECTOR MÚJICA, "El imperio de la noticia", Caracas, Ediciones de la Universidad Central de Venezuela.
10. DENIS McQUAIL, "Sociología de la comunicación", Buenos Aires, Editorial Paidós.
11. ARMAND MATTELART, "La comunicación masiva en el proceso de liberación", Siglo XXI Argentina Editores, Buenos Aires.
12. H. M. ZENBERGER, "Elementos para una teoría de los medios de comunicación", Barcelona, Cuadernos de la Editorial Anagrama, nº 35.
13. EQUIPO EDITORIAL C.L.A., "Periodistas en rebeldía", Bilbao, Editorial C.L.A.

## III DICCIONARIOS DE CONSULTA

- "La comunicación y los mass media", dir. por Abraham MOLES y Claude ZETMANN, Bilbao, Ediciones Mensajero.
- "Les communications de masse", dir. por MOUSSEAU, Paris. Editorial Hachette.
- "Diccionario de los medios de comunicación", por C. PAGANO y J B FAGES, Valencia, Editorial Fernando Torres.
- "Comunicazioni di massa", dir. por Pio BALDELLI, Milán, Editorial Feltrinelli-Fisher.