



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BARCELONA
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

DEPARTAMENTO DE TEORÍA DE LA COMUNICACION

SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACIÓ

Curs: 1978/79

Grups A i B

Prof. ~~J~~ Jordi Berrio

PROGRAMA

INTRODUCCIÓ

Presentació i objectius del curs. Aspectes metodològics i instrumentals

I - LA SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACIÓ COM A CIÈNCIA

Diverses definicions d'aquesta disciplina. La seva rel.lació amb les altres ciències socials.

Fixació i concreció dels límits de la matèria que anem a estudiar.

Distinció entre pensament filosòfic, científic i religiós.

Panorama de les ciències socials als nostres dies a través d'una breu prespectiva històrica.

II- EL MARC SOCIOLÒGIC DE LA COMUNICACIÓ COL.LECTIVA

Les estructures de la societat.

La societat de consum i els seus aspectes més característics. La societat de l'oci.

La comunicació dins d'aquestes societats. Les distintes funcions que hi realitza.

Els generadors dels missatges en la comunicació col.lectiva.

Els grups que tenen el poder i llurs interessos.

Els professionals dels mitjans de comunicació caracteritzats com a grup social.

III-CULTURA I CULTURA DE MASSES

Cultura i comunicació.

Les distintes definicions de cultura. Els treballs de B. Malinowski. Els plantejaments empiristes. K. Mannheim i la seva distinció entre les diferents cultures. La cultura des de la perspectiva de les escoles marxistes.

La cultura de masses. Origen del concepte de "massa" i "massificació": Ortega y Gasset i F. Nietzsche.

La cultura "mosaica" d'A. Moles.

El punt de vista del marxisme ortodox i el de la sociologia crítica.

La cultura popular. El seu concepte.

La cultura popular agrària i la cultura popular urbana i industrial. Els temes que tracta la cultura popular urbana. Llocs on es crea i es trasmet. Canals que utilitza.

IV-ELS CONSUMIDORS DE LA COMUNICACIO COL.LECTIVA

Crítica dels conceptes de receptor i audiència.

Els efectes de la comunicació col.lectiva. Determinació empírica dels efectes.

Treballs existents que valoren els diferents mitjans en la creació de noves actituds, canvis i reforçament de les que ja existien.

Els efectes de la comunicació col.lectiva des de la perspectiva dels individus i dels grups.

La importància dels líders d'opinió.

L'opinió pública. Definicions i extensió del terme.

Els mass-media com a forjadors de l'opinió pública.

V-ASPECTES TEORICS I DOCTRINALS

La sociologia de la comunicació nord-americana. Els seus fonaments teòrics: la filosofia empírica, el pragmatisme i la psicologia conductista.

L'escola crítica de Frankfurt. Els seus fonaments: Hegel, Marx, Freud. Origen i evolució d'aquesta escola.

Les actituds crítiques d'un conjunt de teòrics europeus.

Jean Baudrillard i Edgar Morin, i la societat de consum.

Umberto Eco i la seva perspectiva semiològica.

Els treballs dels italians M. Livorsi, F. Rossiti, etc.

La crítica de l'esquerra radical: la debilitat teòrica dels seus plantejaments.

La contrainformació i la comunicació alternativa. L'existència d'aquests fenòmens lligats a una realitat de lluita social.

PROCEDIMENTS D'AVALUACIÓ

Els alumnes hauran de realitzar, cada trimestre, un treball, el tema del qual serà decidit entre l'alumne i el professor de l'assignatura.

Els alumnes, com a oficials que són, hauran també, cada trimestre, de retre un exàmen dels temes exposats a classe i de la bibliografia que per al trimestre es determini. En aquest sentit, en nota adjunta hi ha una bibliografia de entre la qual haurà d'escollir tres títols també d'acord amb el professor, i donar-ne compte al referit exàmen.

Els alumnes que aprovin tant el treball com l'exàmen de cadascun dels trimestres, tindran l'assignatura aprovada i no s'hauran de presentar a cap exàmen final.

Els qui tinguin un trimestre suspès - només un - podran examinar-s'en al final de curs.

Els qui tinguin més d'un trimestre suspès hauran de fer un exàmen final de tota la matèria.

Aquells que no s'hagin presentat als exàmens trimestrals hauran de sotmetres a un exàmen oral i presentar els treballs corresponents.

De cara a l'avaluació dels treballs i dels comentaris de lectura, es demana la creació d'una comissió de tres alumnes per tal que col·laborin amb el professor en la correcció dels diferents treballs i exàmens.

Al llarg del curs es realitzaran distintes taules rodones - un mínim d'una per trimestre - com a conclusió final de temes tractats a classe o d'altres d'interès general. Per altra banda, es procurarà convidar a professors o professionals que ens puguin parlar de temes que puguin considerar importants.

Tema anexo: Los métodos de investigación. Reacciones espontáneas y reacciones provocadas. El análisis de contenido. La observación. Métodos de encuesta.

BIBLIOGRAFIA

- x WRGHIT, Charles: Comunicación de masas. Paidós (Buenos Aires)
- x McQUAIL, Denis: Sociología de los medios masivos de comunicación. Ed: Paidós (Buenos Aires).
- x CAZENEUVE, Jean: Sociología de la Radic-Televisión. Paidós.
- x BURGELIN, Olivier: La comunicación de masas. A.T.E. (Barcelona)
- o KLAPPER, Joseph: Efectos de las comunicaciones de masas. Aguilar.
- x o ECO, HALLORAN y otros: Los efectos de las comunicaciones de masas Ed: Jorge Alvarez (Buenos Aires).
- Varios: Sociologie de l'information. Textes fondamentaux. Ed: Larousse. Paris.
- x - Varios: Ideología y medios de comunicación. Amorroutu.
- x - MORIN Y ADORNO: La industria cultural. Ed: Galerna (Buenos Aires)
- x - MILLS, Wright: La élite del poder. Fondo Cultura Económica (México)
- McLUHAN: La comprensión de los medios. Diana (Mex.)
- x - SAUVY, Alfred: La opinión pública. Oikos-Tau (Barcelona).
- MATTELART, Armand: La cultura como empres multinacional. Galerna (Buenos Aires).
- BAUDRILLARD, Jean: Crítica de la economía política del signo. Siglo XXI Editores (Madrid).
- CASTILLA DEL PINO, Carlos: La incomunicación. Península (Barcelona) Versión catalana en Edicions 62.
- x - CAZENEUVE, Jean: La société de l'ubiquité. Denoel.
- x - DUMAZEDIER y otros: Ocio y sociedad de clases. Fontanella (Barna)

BIBLIOGRAFIA

- ✦ ADORNO, Theodor W: "Intervenciones. Nueve modelos de crítica". Mon
te Avila Editores. Caracas, 1969.
- ADORNO, Theodor W: y HORKHEIMER, Max: "La Sociedad. Lecciones de
Sociología". Editorial Proteo. Buenos Aires, 1971.
- X X - BALLE, Fr. et PADIOLEAU, J: "Sociologie de l'information. Textes
fondamentaux". Larousse Université. Paris, 1973.
- YERRO BELMONTE: "Información y Comunicación en la Sociedad actual"
Ed. Dopesa, Barcelona, 1973.
- YERRO BELMONTE: "Sociología de la imagen". Ed. Organización Sala.
Madrid, 1974.
- CASASUS, J.Mª: "Ideología y análisis de los medios de comunicació
Ed: Dopesa. Barcelona.
- X - COHEN-SEAT, G. y FOUGEYROLLAS, P:"La influencia del cine y la te-
levisión". Ed: Fondo de Cultura Económica. México.
- X - ECHEVARRIA, R; MATTELARD y otros:"Ideología y medios de comunica-
ción". Ed: Amorrortu. Buenos Aires, 1973.
- ECO, Umberto:"Apocalípticos e integrados en la cultura de masas".
Ed: Luman. Barcelona, 1973.
- FROMM, Erich: "La por a la llibertat". Llibres a l'abast nº 27. E
dicions 62. Barcelona, 1965.
- GONZALEZ SEARA, Luís:"Opini3n p3blica y Comunicaci3n de masas".Ed
Ariel. Barcelona, 1968.
- GRAMSCI, A.: "Los intelectuales y la civilizaci3n de la cultura".
Ed: Nueva Visi3n. Buenos Aires.
- GUBERN, Román: Mensajes ic3nicos en la cultura de masas. Ed: Lu--
men. Barcelona, 1974.
- JAY, Martin: "La imaginaci3n dial3ctica. Historia de la Escuela -
de Frankfurt y el Instituto de Investigaci3n Social". Ed. Taur-
us. Madrid, 1974.
- KLAPER, J:"Efectos de la Comunicaci3n de masas". Ed: Aguilar. Ma-
drid.
- Mariño Livolsi - MALETZKE, Gerhard: "Sicología de la comunicaci3n colectiva". Ed:
CIESPAL. 3ª Edici3n. Quito, 1970.
- MARCUSE, Herbert:"L'home unidimensional". Edicions 62. Barcelona,
1968.
- GARCIA PELAYO, Manuel: "Mitos y s3mbolos"pol3ticos". Taurus.Madrid
- MARTINEZ ALBERTOS, Jos3 Luis: "La informaci3n en una sociedad in-
dustrial". Ed: Tecnos. Madrid, 1972.
- MARTINET, Marcel: "Culture proletarienne". Ed: Maspero. Paris.1973

- MATTELARD, A: "La comunicación masiva en el proceso de liberación" Ed: Siglo XXI, 3ª Edición, México, 1976.
- MATTELARD, A: " Multinationales et systèmes de communication". Les appareils ideologiques de l'imperialisme". Ed: Anthropos. Paris, 1976.
- McQUAIL, D: "Sociología de la comunicación de masas". Ed: Paidós. Buenos Aires.
- X - MOLES, A: "Sociodynamique de la culture". Mouton. Paris. La Haye, 1971.
- X - MORIN, Edgar: "El espíritu del tiempo". Taurus. Madrid, 1965.
- ORTIZ, L. y del RIO, P: "Comunicación crítica". Cuadernos de la - Comunicación nº 5. Pablo del Río Editor. Madrid. 1977.
- PARAMIO, L: "Mito e ideología". Alberto Corazón. Madrid, 1971.
- PASQUALI, A: "Comunicación y cultura de masas". Monte Avila Editores. Caracas.
- REY de, Pablo: "Cultura y mensaje". Cuadernos de Comunicación nº3 Pablo del Río Editor. Madrid, 1977.
- SAUVY, A: "Los mitos de nuestro tiempo." Editorial Labor. Barcelona, 1969.
- X - SMITH, A.G: "Comunicación y cultura". Nueva Visión. Buenos Aires. 1972.
- VALLVERDU, Francesc: "El fet lingüístic com fet social". Llibres a l'abast nº 108. Barcelona, 1973.
- TOURAINÉ, A: "La sociedad postindustrial". Ariel. Barcelona, 1969.
- VALBUENA, F: "Receptores y Audiencias". Cuadernos de la Comunicación nº 4. Pablo del Río Editor. Madrid, 1977.
- WILLIAMS, R: "Cultura y sociedad". Ed. Laia. Barcelona, 1974.
- WRIGHT, Ch.R: "Comunicación de masa, una perspectiva sociológica" Ed. Paidós. Buenos Aires.
- ZIMA, P.V: "La Escuela de Frankfurt". Galba Edicions. Barcelona, 1976.

Wilbur Schramm. Proceso y Efectos de la Comunicación Colectiva
EL ESPAL Quito 1969.