

Lección 15. Los partidos políticos.- La constitucionalización de los partidos políticos.- La Ley de partidos políticos.

Lección 16. El sistema de partidos políticos del Estado.- Los partidos políticos de ámbito no estatal.- Coaliciones de partidos y mayorías parlamentarias.

Lección 17. El Estatuto de Autonomía política de Cataluña.- La elaboración del Estatuto.- Características generales del Estatuto de Autonomía.- La reforma estatutaria.

Lección 18. L Generalitat de Cataluña.- El Parlament de Catalunya.- Organización.- Funciones del Parlament de Catalunya.- Relaciones con el Estado.

Lección 19. La Generalitat de Catalunya.- El President de la Generalitat.- Elección y estatuto personal.- Funciones del President.- El Govern de la Generalitat.- Otros órganos de la Comunidad Autónoma.

Lección 20. El sistema de partidos políticos de Cataluña.- El derecho electoral vigente.- Los partidos parlamentarios.

BIBLIOGRAFIA

ALVAREZ CONDE, E.: El régimen político español. Madrid (Tecnos) 1983.

APARICIO, M. A.: Introducción al sistema político y constitucional español. Barcelona (Ariel) 1983. (2ª ed.).

CLAVERO, B.: Evolución histórica del constitucionalismo español. Madrid (Tecnos) 1984.

ESTEBAN Y LOPEZ GUERRA, : El régimen constitucional español. Barcelona (Labor) 2º vol. 1982-1983.

GERPE, M. y otros: Comentarios jurídicos a l'Estatut d'Autonomia de Catalunya. Barcelona (Ed. 62) 1982.

MOLAS, I.: (ed.) El Parlamento de Cataluña. Barcelona (Ariel) 1981.

PITARCH Y OTROS: Partits i parlamentaris a la Catalunya d'avui. Barcelona (Ed. 62) 1980.

PREDIERI, GARCIA DE ENTERRIA y otros: La Constitución española de 1978. Estudio sistemático. Madrid (Civitas) 1980.

SOLE TURA, J. y AJA, E.: Constituciones y periodos constituyentes en España(1808-1936) Madrid (Siglo XXI) 1981.

TOMAS VILLARROYA, J. Breve historia del constitucionalismo español. Madrid (C.E.C.) 1983.

I. Introducción

Lección 1.- El estudio económico de la información. 1.1.- Delimitación de los aspectos determinantes del fenómeno informativo. 1.2.- La noción económica de la información. 1.3.- La información: factor de producción y bien de consumo. 1.4.- La industria de los medios de información: su especificidad. Prospectiva de este tipo de industrias. 1.5.- Ambitos de estudio: prensa, radio, televisión, cine, vídeo, libro, disco, publicidad y los nuevos medios electrónicos.

Lección 2.- Aspectos socioeconómicos y políticos de la información. 2.1.- La información: quién informa, sobre qué y con qué medios. 2.2.- Base económica. 2.3.- Superestructura. 2.4.- Influencia de la coyuntura sociopolítica en los productos de la información. 2.5.- Políticas económicas de comunicación.

II. Economía de la prensa escrita

Lección 3.- El marco jurídico. 3.1.- La libertad de explotación de la prensa escrita. 3.2.- Requisitos exigidos para la constitución de empresas. 3.3.- El Registro de Empresas Periódicas. 3.4.- La publicidad, el control de la propiedad y la situación económica de las empresas periodísticas. 3.5.- La situación internacional. 3.6.- El caso español.

Lección 4.- La organización de la explotación de la prensa escrita. 4.1.- Estructura organizativa y tipos de propiedad. 4.2.- Explotación privada: individual y sociedades. 4.3.- Explotación pública: monopolios estatales. 4.4.- Explotación mixta. Concesión administrativa. 4.5.- Explotación en régimen socializado.

Lección 5.- Los costes de producción intelectual. 5.1.- Personal de redacción. Categorías. 5.2.- Política salarial. Productividad. 5.3.- Las asociaciones profesionales y empresariales de prensa escrita. 5.4.- Servicio de agencias. 5.5.- Servicios de documentación. 5.6.- Administración y gastos generales.

Lección 6.- Los costes de producción material I. 6.1.- Materias primas y auxiliares. 6.2.- El papel: situación y características del mercado mundial. 6.3.- Los precios del papel-prensa y su evolución. 6.4.- Las políticas comerciales en la asignación de cupos de importación. 6.5.- Subvenciones al consumo. 6.6. Paginación y consumo de papel-prensa.

Lección 7.- Los costos de producción material II. 7.1.- Personal de talleres. Categorías. 7.2.- Política salarial. Organización sindical. 7.3.- Costes de confección y de impresión. 7.4.- Bienes de equipo e instalaciones. 7.5.- Inversiones. 7.6.- Amortizaciones.

Lección 8.- Los costes de distribución. 8.1.- Canales de distribución. 8.2.- El control de las tiradas y la difusión. 8.3.- Los organismos de control de la difusión. 8.4.- Los puntos venta. Los kioscos. 8.5.- Costes aparentes, coste de inventidos y abonos. 8.6.- Sistemas de distribución: individual y cooperativas.

Lección 9.- Las fuentes de financiación I. 9.1.- Venta directa de ejemplares. 9.2.- Suscripciones. 9.3.- Fijación administrativa de los precios y precio libre. 9.4.- Evolución del precio nominal de la prensa escrita. 9.5.- Evolución del precio real de la prensa escrita. 9.6.- Los ingresos por publicidad.

Lección 10.- Las fuentes de financiación II. 10.1.- Las ayudas del Estado a la prensa escrita: su justificación. 10.2.- Sistemas de ayudas: la experiencia internacional. 10.3.- El caso español. 10.4.- La subvención de las Comunidades Autónomas para el uso de las lenguas minoritarias. 10.5.- Ayudas a la prensa local. 10.6.- La prensa gratuita.

Lección 11.- La gestión financiera y la valoración de la explotación de la prensa escrita. 10.1.- La cuenta tipo de explotación. 10.2. El balance y su verificación. 10.3.- La estructura esencial de los ingresos y los gastos. 10.4.- El valor sustancial de la explotación. 10.5.- El valor capitalizado de la explotación. 10.6.- Fondo de comercio o "good-will".

Lección 12.- Los nuevos servicios comerciales de la explotación de la prensa escrita. 12.1.- Comercialización de archivos. 12.2.- Proveedores de videotex. 12.3.- Teletexto. 12.4.- Fijación de "standards" para los dos servicios anteriores. 12.5.- Bancos de datos. 12.6.- Nuevos tipos de mercados.

III. Economía de la Radio.

Lección 13.- Marco jurídico. 13.1.- Propiedad del espacio radioeléctrico. 13.2.- Normas internacionales. 13.3.- Monopolio estatal. 13.4.- Explotación pública y privada de los servicios radiofónicos. 13.5.- Concesión administrativa de las licencias. 13.6.- Asignación de frecuencias.

Lección 14.- Tipología empresarial según el ámbito de circulación de la radio. 14.1.- Emisoras locales. 14.2.- Emisoras regionales. 14.3.- Emisoras de alcance estatal. 14.4.- Las cadenas y "networks". 14.5.- El caso español. 14.6.- Comparación con otros países occidentales.

Lección 15.- Los costes de producción I. 15.1.- Estructuras del proceso productivo. 15.2.- Factores de producción. 15.3.- Materias primas y auxiliares. 15.4.- Personal. Categorías. 15.5.- Política salarial. Productividad. 15.6.- Las asociaciones profesionales y empresariales radiofónicas.

Lección 16.- Los costes de producción II. 16.1.- Costes de funcionamiento según programación. 16.2.- Servicios de agencias y documentación. 16.3.- Administración y gastos generales. 16.4.- Bienes de equipo e instalaciones, emisora y antenas. 16.5.- Inversiones. 16.6.- Amortizaciones.

Lección 17.- Las fuentes de financiación. 17.1.- Subvenciones del Estado y otros organismos públicos. 17.2.- Tasa por el uso del receptor. 17.3.- Publicidad. 17.4.- Venta de

Lección 17.- (continuación). programas y otros ingresos. 17.5.- La experiencia internacional. 17.6.- El caso español.

Lección 18.- La gestión financiera y la valoración de la explotación de radiodifusión. 18.1.- La cuenta tipo de explotación. 18.2.- El balance y su verificación. 18.3.- La estructura esencial de los ingresos y los gastos. 18.4.- El valor sustancial de la explotación. 18.5.- El valor capitalizado de la explotación. 18.6.- Fondo de comercio o "good-will".

IV. Economía de la televisión.

Lección 19.- El marco jurídico. 19.1.- El marco jurídico en España. 19.2.- Estatuto de Radio y Televisión. 19.3.- La ley de los terceros canales. 19.4.- Implicaciones económicas del debate Televisión pública-Televisión privada. 19.5.- Los modelos televisivos en la experiencia internacional.

Lección 20.- Estructura de propiedad de las emisoras de televisión. 20.1.- Servicios explotados por el Estado. 20.2.- Corporaciones públicas. 20.3.- Corporaciones privadas. 20.4.- Emisoras privadas comerciales. 20.5.- Otros modelos mixtos de propiedad. 20.6.- El modelo español.

Lección 21.- Los costes de producción I. 21.1.- Materias primas y auxiliares. 21.2.- Personal. Categorías. Política salarial. 21.3. Las asociaciones profesionales y empresariales de televisión. 21.4.- Servicios de agencias y documentación. 21.5.- Administración y gastos generales.

Lección 22.- Los costes de producción II. 22.1.- Bienes de equipo e instalaciones: la red de transmisiones, los estudios de grabación y emisión. 22.2.- El mantenimiento de las instalaciones. 22.3.- Inversiones. 22.4.- Amortizaciones. 22.5.- El coste global de la programación. 22.6.- Los mercados de programas.

Lección 23.- Las fuentes de financiación. 23.1.- Subvenciones del Estado y otros organismos públicos. 23.2.- Tasa por el uso del receptor. 23.3.- Publicidad. 23.4.- Venta de programas y otros ingresos. 23.5.- La experiencia internacional. 23.6.- El caso español.

Lección 24.- Gestión financiera y valoración de la explotación de televisión. 24.1.- La cuenta tipo de explotación. 24.2.- El balance y su verificación. 24.3.- La estructura esencial de los ingresos y los gastos. 24.4.- El valor sustancial de la explotación. 24.5.- El valor capitalizado de la explotación. 24.6.- Fondo de comercio o "good-will".

Lección 25.- El futuro desarrollo de la industria televisiva. 25.1.- Nuevas tecnologías y transformación de los procesos de producción. 25.2.- La teledistribución. 25.3.- La televisión por cable. "Televisión-pay". 25.4.- La televisión por satélite. 25.5.- La experiencia internacional. 25.6.- El caso español.

V. La industria del vídeo.

Lección 26.- La industria y videográfica. 26.1.- Las explotaciones productoras de películas. 26.2.- Los canales de distribución. 26.3.- Los puntos de venta o intercambio. 26.4.- El consumo de películas. 26.5.- La piratería en el sector del vídeo. 26.6.- Intervención de la Administración Pública.

Lección 27.- La producción de magnetoscopios. 27.1.- Los productores de magnetoscopios. 27.2.- Evolución de la producción. 27.3.- El mercado internacional. 27.4.- El mercado español. 27.5.- Dependencia española frente a la tecnología japonesa y europea. 27.6.- Diversas utilizaciones del magnetoscopio y nuevos mercados de productos.

VI. La industria cinematográfica.

Lección 28.- El marco jurídico. 28.1.- El marco jurídico en España. 28.2.- La Dirección General de Cinematografía. 28.3.- Traspasos a las Comunidades Autónomas. 28.4.- Legislación de las comunidades autónomas. 28.5.- Políticas de protección del cine nacional. 28.6.- La experiencia internacional.

Lección 29.- Evolución y situación actual del sector cinematográfico. 29.1.- Signos de decadencia. 29.2.- Descenso de la asistencia. 29.3.- Transformación de la demanda. 29.4.- Evo-

Lección 29.- (continuación). lución de la creación. 29.5.- Concu-
rrencia de otros medios de comunicación. 29.6.- Evolución
del mercado internacional.

Lección 30.- Organización, costos y fuentes de financiación de la
explotación de producción cinematográfica. 30.1.- Las
asociaciones profesionales y empresariales de cinematogra-
fía. 30.2.- La película como prototipo: presupuesto.
30.3.- Fuentes privadas de financiación. 30.4.- Ayudas
del Estado. 30.5.- La experiencia internacional. 30.6.-
El caso español. Las comunidades autónomas.

Lección 31.- La comercialización de los productos cinematográficos.
31.1. Distribución y exhibición. 31.2.- Cuotas de pantalla
31.3. Licencias de doblaje. 31.4.- Control de taquillas.
31.5.- Promoción de los productos cinematográficos. 31.6.-
Festivales de cine y campañas de la Administración Pública

Lección 32.- La evolución y futuro desarrollo del sector cinematográfi-
co. 32.1.- La tendencia a la concentración. 32.2.- Inci-
dencia de las producciones norteamericanas en el mercado
europeo. 32.3.- El caso español. 32.4.- Necesidad de
encontrar nuevas salidas a los productos cinematográficos.
32.5.- Acuerdos cine-televisión. 32.6.- Vídeo: la nueva
frontera de la creación cinematográfica.

VII. La industria del libro.

Lección 33.- La explotación editorial. 33.1.- Estructura organizativa
según tipos de propiedad. 33.2.- Actividades que desarro-
lla. 33.3.- Los costes de producción. 33.4.- La comercia-
lización: distribución y venta. 33.5.- El mercado interna-
cional. 33.6.- El mercado español.

Lección 34. Fuentes de financiación y gestión financiera de la explo-
tación editorial. 34.1.- Financiación privada. 34.2.-
Las ayudas del Estado. 34.3.- Las ayudas de los gobiernos
autonómicos. 34.4.- La cuenta tipo de explotación. 34.5.-
El balance y su verificación. 34.6.- Estructura esencial
de los ingresos y los gastos.

VIII. La industria fonográfica.

Lección 35.- El sector discográfico. 35.1.- Estructura organizativa.
35.2.- Editoras y distribuidoras. 35.3.- La comercializa-
ción. 35.4.- La promoción. 35.5.- Las multinacionales
de la industria discográfica. 35.6.- El sector en España.

Lección 36.- Costes, financiación y gestión de la explotación discográ-
fica. 36.1.- Los costes de producción. 36.2.- Los costes
de edición. 36.3.- Fuentes de financiación. 36.4.- La
cuenta tipo de explotación. 36.5.- El balance y su verifi-
cación. 36.6.- La estructura esencial de los ingresos
y los gastos.

IX. La industria de la publicidad.

Lección 37.- El fenómeno económico de la publicidad. 37.1.- Delimita-
ción de los aspectos determinantes de dicho fenómeno.
37.2.- La noción económica de la publicidad. 37.3.- La
publicidad como producto final. 37.4.- La publicidad
como bien de consumo. 37.5.- La importancia económica
del sector publicidad.

Lección 38.- La publicidad y los medios de comunicación. 38.1.- Los
anunciantes. 38.2.- Las inversiones publicitarias de
las explotaciones españolas. 38.3.- La selectividad de
los soportes. 38.4.- Dependencia de las explotaciones
de información respecto la publicidad. 38.5.- Efectos
económicos a corto plazo sobre las explotaciones de infor-
mación. 38.6.- Efectos económicos a medio y largo plazo
sobre las explotaciones de información.

Lección 39.- Situación actual y futuro del sector publicidad. 39.1.-
Evolución de las cifras del sector en España. 39.2.-
El papel de las multinacionales en este sector. 39.3.-
Agencias y medios: internacionalización creciente de
la producción y la distribución de la publicidad. 39.4.-
Importancia creciente de los grandes inversionistas.
39.5.- Consolidación de los grupos dominantes del mercado.
39.6.- Nuevas tecnologías y transformaciones del sistema
publicitario.

X. Las agencias de información.

Lección 40.- Las agencias de prensa. 40.1.- Su desarrollo a nivel mundial. 40.2.- Las agencias locales. 40.3.- Las agencias en España. 40.4.- Costes de funcionamiento. 40.5.- Fuentes de financiación. 40.6.- Los servicios de noticias de los periódicos.

Lección 41.- Las agencias de información audiovisual. 41.1.- Costes de transmisión. 41.2.- Redes de transmisión. 41.3.- Compra de programas en exclusiva. 41.4.- Los servicios controlados por las organizaciones internacionales. 41.5.- La UER y la UIT. 41.6.- Participación española.

XI. Los nuevos medios en el sector de la información.

Lección 42.- La industria electrónica de la comunicación. 42.1.- Los sectores de la industria electrónica. 42.2.- Centros hegemónicos de producción tecnológica. 42.3.- Electrónica de consumo y sistema informativo. 42.4.- Sectores principales de consumo de la industria electrónica: TV, telefonía, documentación, etc. 42.5.- Relación entre empresas productoras de hardware y las que prestan servicios de información. 42.6.- el valor económico de la investigación en nuevas técnicas de información.

Lección 43.- Situación actual y futuro de los nuevos medios. 43.1.- Características básicas de la nueva sociedad telemática. 43.2.- La experiencia japonesa: el informe Jacudi. 43.3.- La experiencia americana en el sector. 43.4.- Principales informes y posiciones en Europa: el informe NORA-MINC. 43.5.- La experiencia española: el Plan Electrónico e Informático Nacional (PEIN). 43.6.- La política española en materia de telecomunicaciones: el proyecto de ley para la ordenación de las comunicaciones.

Lección 44.- Industria multimedia e instituciones. 44.1.- Concentración vertical en la industria de los medios de información. 44.2.- Concentración horizontal en dicha industria. 44.3.- Densidad de relaciones entre las explotaciones del sector información. 44.4.- Asociaciones profesionales

Lección 44.- (continuación), y empresariales. 44.5.- Organismos estatales del sector de la comunicación. 44.6.- Organismos internacionales del sector de la comunicación.

Lección 45.- Implicaciones económicas de la actual evolución de la comunicación a nivel mundial. 45.1.- Los nuevos planteamientos de la política económica de la comunicación. 45.2.- Internacionalización de la información e internacionalización del capital. 45.3.- El Nuevo Orden Económico Internacional y el Nuevo Orden Internacional de la Información. 45.4.- Políticas nacionales de información y desarrollo socioeconómico. 45.5.- Plan internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC).

BIBLIOGRAFIA

AA VV (1982), El cine y el Estado, Secretaría General Técnica. Ministerio de Cultura, Madrid.

BARNETT, S.R. (1980), Newspaper monopoly and the law, "Journal of communication" Spring 1980.

BARRON, G. (1968), L'information économique et sociale au stade du capitalisme monopoliste d'Etat, "Economic et Politique", nº 172-173, Paris.

BELL, Daniel (1976), El advenimiento de la sociedad postindustrial, Alianza Editorial, Madrid.

BONELL, R. (1978), Le cinéma exploité, Seuil, Paris.

BUSTAMENTE, E. (1982), Los amos de la información en España, Akal, Madrid.

CARLES I SOLSONA, José (1983), El sector cinematográfico a Catalunya: Una aproximació quantitativa, 2 vol., ed. Alba, Barcelona.

COLLEMAN, H. (1978), Case studies in broadcast management: Radio and Television, Hastings House, New York.

COMPAINE, B. (1982), Who owns de media?, Knowledge Industry Publications Inc., New York.

CHISMAN, Forest P. (1982), Beyond deregulation: Communications policy and economic growth, "Journal of communications" Nº 32.

DIAZ, A. (1984), La empresa de radio en USA, EUNSA, Pamplona.

Estatuto de la Radio y la Televisión, B.O.E., 10.1.1980.

FERNANDEZ-SHAW, F. (1978), Organización internacional de las telecomunicaciones y de la radiodifusión, Tecnos, Madrid.

FLICHY, P. (1982), Las multinacionales del audiovisual. Por un análisis económico de los media, Gustavo Gili, Barcelona.

GARNHAM, Nicholas (1979), Contribution to a politics economy of mass-communication, "Media, Culture and Society" vol. 1, nº 2.

GOROSTIAGA, E. (1976), Notas para un concepto de la empresa en radiotelevisión, "Medios Audiovisuales", nº 56, Madrid.

GUBACK, Th. (1980), La industria internacional del cine, Fundamentos Madrid.

HAMELINK, CJ. (1981), La aldea transnacional. El papel de los trusts en la comunicación mundial, Gustavo Gili, Barcelona.

HUET, A.; TON, J. y alt. (1978), Capitalisme et industries culturelles, "Presses universitaires de Grenoble" Grenoble.

IGLESIAS, F. (1980), Historia de una empresa periodística. Prensa Española. Editora de ABC y Blanco y Negro 1891-1975, Prensa Española, Madrid.

JANUS, N. (1981), Advertising and the mass media: transnational link between production and consumption, "Media, Culture and Society", vol. 3, nº 1 London.

LAMBERTON, D.M. (1977), Economía de la información y del conocimiento, Fondo de Cultura Económica, México.

Les agences de presse (1962), "Notes et Etudes Documentaires", nº 2887, "La Documentation Française", Paris.

MADEC, A. (1982), Les flux transfrontières de données: vers une économie internationale de l'information?, "La Documentation Française", Paris.

MATEO PEREZ, Mª Rosario de (1985), Periodismo empresarial. El Consumo de Prensa Escrita. Análisis del caso, ed. Mitre, Barcelona.

MATTELART, A. (1977), Multinacionales y sistemas de comunicación. Los aparatos ideológicos del imperialismo, siglo XXI, Mexico.

NIETO, Alfonso (1967), El concepto de empresa periodística, EUNSA, Pamplona.

NIETO, Alfonso (1973), La empresa periodística en España, EUNSA, Pamplona.

NORA, S.; MINC, A. (1980), La informatización de la sociedad, Fondo de Cultura Económica, Mexico.

OKUDA, N. (1974), L'industrie de la presse face aux nouveaux media, "F.I.E.J. Bulletin", Paris.

PINILLOS, P.J. (1981), Problemática financiera de las empresas informativas, Forja, Madrid.

Plan Electrónico e Informático Nacional, "Actualidad Económica", 4-10 nov., 1983.

POMONTI, Jacques (1980), La communication: besoin social ou marché?, "La documentation Française", Paris.

PORTER, V. (1978), Television and the film industry: competition or cooperation in the EEC?, "Journal of Communication", vol. 28, nº 3.

POURPRIX, B. (1971), La presse gratuite, Ed. Ouvrières, Paris.

POWELL, W. (1980), Competition versus concentration in the book trade, "Journal of Communication", vol. 30, nº 2.

RICHERI, G. (1984), El universo telemático. Trabajo y cultura en el futuro inmediato, ed. Mitre, Barcelona.

RUCKER, F.; WILLIAMS, H. (1977), Organización y administración de periódicos, Marymar.

SANTINI, A. (1966), L'aide de l'État à la presse, P.U.F., Paris.

SCHILLER, H. (1983), El poder informático. Imperios tecnológicos y relaciones de dependencia, Gustavo Gili, Barcelona.

SERNA, V. (1980), La ayuda del Estado, una institución en Europa. Idea común con la realización multiforme, "AEDE", nº 3, Madrid.

SCHWOEBEL, Jean (1971), La prensa, el poder y el dinero, Dopesa, Barcelona.

SMITH, A. (1983), Goodbye Gutenberg. La revolución del periodismo electrónico, Gustavo Gili, Barcelona.

TEJERINA, J.L. (1983), Sistema español de TV por satélite, 22 Jornadas europeas de las telecomunicaciones, Madrid.

TOUSSAINT, Nadine (1979), La economía de la información, Oikos Tau, Vilassar de Mar.

TUNSTALL, J. (1977), The media are american: Anglo-american media in the world, Columbia University Press, New York.

WASKO; J. (1981), The political economy of the american film industry, "Media, Culture and Society", vol. 3, nº 2 London.

LITERATURA ESPANYOLA

PROF. F. HUERTA

3er. CURS CODI 3018

A) TEMARI

TEMA I:

Concepte i definició de literatura segons l'enfocament dels diversos corrents de la crítica contemporània. Formalisme i estructuralisme. Crítica i marxisme. Literatura i psicoanàlisi. La crítica antropològica i mítica. L'existencialisme i el compromís en la literatura contemporània. El New Criticism; formalisme orgànic; últimes tendències de la crítica.- La classificació de la literatura i periodisme.

TEMA II:

Estudi de l'evolució seguida, en línies generals, per la poesia, la narrativa i el drama durant els segles XIX i XX.-La novel·la: realisme i naturalisme, renovacions formals aparegudes a partir de la narrativa de Joyce, Woolf, etc., realisme en la novel·la espanyola i situació actual, amb inclusió de l'estudi de la narrativa hispanoamericana i catalana.-La poesia: la seva evolució a Espanya i a Amèrica Llatina durant el segle XX. La generació del 27. La poesia en les generacions de postguerra espanyola. Poesia catalana contemporània.- El teatre: renovació de les formes dramàtiques en la literatura contemporània europea. Teatre i surrealisme. Últimes tendències a partir dels anys cinquanta.

B) BIBLIOGRAFIA

Títols de consulta bàsica

GIROLAMO, C. di: Teoría crítica de la literatura. Ed. Crítica Guijalbo.

WELLEK i WARREN: Teoría literaria. Gredos.

AGUIAR E SILVA: Teoría de la literatura. Gredos.

El comentario de textos. Castalia. vols. I, II i III.

BOURNEUF i OUELLET: La novela. Ariel.

MAYORAL, M.: El análisis de textos. Gredos.