

ra de textos de crítica y la discusión sobre los títulos de creación señalados en el programa.

La materia de lectura práctica irá distribuyéndose a lo largo del curso de forma simultánea con la de textos críticos, de tal manera que cada uno de los tres trimestres posea una equilibrada proporción de ambas.

Se realizarán tres ejercicios escritos durante el curso, que corresponderán a la materia tratada durante cada trimestre respectivamente. En ellos el alumno habrá de responder a preguntas de teoría y crítica literarias relacionadas con los textos de creación de lectura obligatoria en la asignatura. Para aquéllos que no superen alguno o ninguno de estos ejercicios parciales con una nota de cinco como mínimo, o que no hayan podido presentarse a ellos por alguna razón, habrá a final de curso una fecha de convocatoria para las tres pruebas simultáneamente. No se admiten trabajos en sustitución de los ejercicios.

OPINIÓ PÚBLICA

PROF. J. BERRIO

3er. CURS CODI 3019

A) TEMARI

Introducció al curs

La sociologia de la comunicació com a ciència. Aproximació a una definició d'aquesta disciplina. Fixació i concreció dels límits de la matèria que anem a estudiar.

Algunes precisions epistemològiques sobre les especificitats de les ciències socials.

I - EL MARC SOCIOLÒGIC DE LA COMUNICACIÓ COL·LECTIVA

Les estructures fonamentals de la societat. Comunitat i associació. Les societats desenvolupades modernes i llurs característiques més importants.

El públic dispers. Multitud i col·lectivitat o massa.

El concepte de "massa". El seu origen històric i les seves característiques. Crítica d'aquest concepte.

La comunicació col·lectiva dins les societats contemporànies. Les funcions que hi realitza.

Aspectes socials dels diferents grups que intervenen en els processos de comunicació col·lectiva.

El poder social, polític i econòmic i els mitjans de comunicació.

La denúncia dels denominats "aparells culturals de l'imperialisme"

II - CULTURA I CULTURA DE MASSES

1.- Aspectes generals de la cultura

El concepte de cultura a partir dels treballs de l'antropologia cultural i de la Sociologia.

El llenguatge com a element fonamental de la comunicació humana

El paper dels altres codis. Característiques distintives d'uns i altres.

Alguns conceptes fonamentals de sociolingüística aplicats a la comunicació col·lectiva. Els casos especials dels nivells de llenguatges periodístic i publicitari.

2.- Els diferents nivells culturals

Les classificacions fetes per K. Mannheim, D. McDonald, E. Shils i d'altres.

Els casos especials de la cultura popular, tant agrària com urbana.

Els nous corrents culturals.

3.- La cultura de masses

Aspectes fonamentals de la cultura de masses. Les seves característiques més importants.

Les visions integrades i crítiques de la cultura de masses.

III - L'audiència i els efectes de la comunicació col·lectiva

1.- El comportament del públic davant la comunicació col·lectiva.

L'ús dels mitjans de part del públic. Els casos específics dels diferents mitjans. El públic i la publicitat.

El concepte d'audiència i la seva mesura.

2.- Els efectes dels mitjans de comunicació col·lectiva.

Concreció del tema i determinació del seu abast.

El plantejament psicosocial de la conducta humana.

La influència en la conducta d'altri. La persuasió i llurs tècniques. Els diferents corrents que han estudiat el tema.

Els efectes estudiats empíricament. La tradició nordamericana, origen i desenvolupament.

Els estudis d'efectes en públics especials.

Anàlisi crítica dels mètodes i plantejaments utilitzats.

Les noves perspectives obertes sobre el tema per diferents investigadors europeus.

3.- L'opinió pública

Definició d'opinió pública. Anàlisi crítica de la valides del concepte.

Els factors que intervenen en la forja de l'opinió pública. El paper dels mitjans de comunicació i altres factors.

Opinió pública i democràcia.

IV - LES DISTINTES APROXIMACIONS TEÒRIQUES A LA MATERIA.

La recerca als Estats Units. La "Mass Communication Research".

Els treballs posteriors.

Les primeres aportacions marxistes a la sociologia de la comunicació (W. Benjamin, B. Brecht).

Els mitjans com a instruments de la revolució (Lenin, Gramsci, Trotsky)

Altres escoles marxistes.

La sociologia de la comunicació a Europa.

La recerca de paradigmes adients per a una nova teoria social de la comunicació.

B) BIBLIOGRAFIA

Jean Piaget i altres Tendencias de la investigación en las ciencias sociales. Alianza Universidad. Madrid, 1976.

Elisabeth Noelle Encuestas en la sociedad de masas. Alianza Editorial. Madrid, 1970

Fr. Balle et J. Padioleau Sociologie de l'information. Textes fondamentaux. Larousse Université. París, 1973.

Piquel de Moragas ed. Sociología de la Comunicación de Masas. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1982.

Horst Holzer Sociología de la Comunicación. Akal Editor. Madrid, 1978.

Th. W Adorno y M. Horkheimer Sociológica. Taurus. Madrid, 1971.

Marino Livolsi Comunicazioni e cultura di massa. Testi e documenti. Ulrico Hoepli Editore. Milano.

Salvador Giner Sociedad Masas: crítica del pensamiento conservador. Ediciones Península. Barcelona, 1979.

D. Bell y otros Industria cultural y sociedad de masas. Monte Avila Editores. Caracas, 1969.

Herbert Marcuse Per una nova definició de cultura. Edicions 62 Barcelona, 1971.

Mario Maffi La cultura underground. Anagrama. Barcelona, 1972.

J.S. Khan El concepto de Cultura: Textos fundamentales. Editorial Anagrama. Barcelona, 1975.

Herbert Marcuse L'home unidimensional. Edicions 62. Barcelona, 1968

Mi ha una versió espanyola a la Editorial Seix y Barral.

Marcel Martinet Culture proletarienne. Editorial Maspero. París, 1973.

J. Klapper Efectos de la comunicación de masas. Editorial Aguilar, Madrid, 1974.

J.A.C. Brown Técnicas de Persuasión. Alianza Editorial. Madrid, 1977

Jordi Berrío Teoría social de la Persuasión. Editorial Mitre, Barcelona, 1983.

Elliot Aronson El animal social. Introducción a la psicología social. Alianza Editorial. Madrid, 1981.

K. Young y otros La opinión pública y la propaganda. Paidós. Buenos Aires.

Jürgen Habermas Historia y crítica de la opinión pública. Editorial Gustavo Gili. Barcelona, 1971.

K. Young Psicología social de la opinión pública y los medios de comunicación. Paidós. Buenos Aires.

H.I. Schiller Comunicación de masas e imperialismo yanqui. Gustavo Gili. Barcelona, 1976.

A. Mattelart La comunicación masiva en el proceso de liberación. Siglo XXI de Editores. México, 1974.

Francesc Vallverdú El fet lingüístic com a fet social. Edicions 62. Barcelona, 1977.

Enric Soperas Poder i mitjans de comunicació de masses: L'Escola de Frankfurt. a ANÁLISI nº 1 juny de 1980.

Martin Jay La imaginación dialéctica. Una historia de la escuela de Frankfurt. Taurus. Madrid, 1974.

M.L. DeFleur y S. Ball-Rokeach Teorías de la comunicación de masas. Ediciones Paidós. Barcelona, 1982.

A partir d'una concepció de cultura (material i intel·lectual) entesa com un conjunt articulat de sistemes de significació, tota societat humana pot ser analitzada des de la perspectiva de la producció, distribució i apropiació-consum d'unitats culturals significants. Qualsevol intent d'analitzar un ecosistema comunicatiu històricament determinat (dinàmic i internament contradictori) no pot limitar-se a la descripció dels missatges que circulen pel cos social i la seva vehiculació, ans al contrari ha de concedir atenció prioritària a les modalitats de codificació i decodificació específiques de cada cultura, així com a l'organització social de les relacions, processos i mecanismes informatius-comunicatius. Des d'aquesta perspectiva teòrica, l'objecte central de la història de la comunicació consisteix en esbrinar el paper jugat per l'organització de la comunicació social en la relació entre les classes socials, i entre aquestes i l'Estat.

El curs està concebut en funció de l'interès prioritari centrat en els processos històrics que van donar lloc a la gènesi de la cultura de masses, i a la seva consolidació i universalització. Per tal d'aconseguir aquest objectiu, el programa s'articula en quatre blocs:

I. "Bloc introductor": definició teòrica i metodològica de la disciplina, amb una breu referència al passat llunyà que té per objecte relativitzar històricament els models culturals més propers a la nostra realitat.

II. "Cultura i comunicació a les societats pre-industrials europees": descripció dels ecosistemes comunicatius tradicionals i el llarg procés de transició cap als models cultural-comunicatius propis del capitalisme industrial.

III. "Revolució industrial i dissolució dels ecosistemes comunicatius tradicionals": anàlisi de les implicacions de la irreversible urbanització de la societat en el terreny de la comunicació social, i descripció de la gènesi de les societats de masses (articulades sobre la base de la separació sancionada per les relacions socials de domini econòmic i ideològic-polític), i d'un sistema internacional (global) jeràrquic d'informació-comunicació.

IV. "Cristal·lització de la comunicació de masses i eclosió de les noves tecnologies comunicatives": la panoràmica dibuixada en aquest últim bloc del programa hauria de permetre l'estudi de les tendències observables actualment en el terreny de l'organització de la comunicació social, tot fixant-se en les possibilitats de control i programació social que les noves tecnologies ofereixen a les organitzacions estatals i supra-estatals.