

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. Hi 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 Berrio 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 Saperas 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.I. 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.

Bloc introductori

I.- Història, semiòtica i antropologia. Producció material i producció intel·lectual: concepció unitària del processos productius. La cultura com sistema de sistemes de signes. Ecologia comunicativa i models culturals. Circuits comunicatius i relacions de classe. Poder i comunicació. Comunicació i programació social: sexe, classe i nació. Comunicació, ideologia i vida quotidiana. Comunicació interpersonal, col·lectiva i de masses.

II.- Comunicació animal i comunicació humana: natura i cultura. Les possibilitats humanes per a la comunicació: el llenguatge verbal i la seva interrelació amb els altres llenguatges. Llengua, cultura i cosmovisió. La revolució neolítica: economia sexisme i poder. Explotació de la natura i escissió de l'experiència còsmica monística: el binomi religió/política i l'ordenació de la vida quotidiana.

Cultura i comunicació a les societats europees pre-industrials

III.- Ecosistema comunicatiu a l'Alta edat mitja: el medi rural. La cultura monàstica. Les religions primitives i el cristianisme. La formació històrica de les llengües romàniques. Comunicació oral i comunicació icònica. El Romànic. La Baixa edat mitja: cultura rural i cultura urbana. Solidificació de les formes estatals i diversificació dels sistemes de comunicació. Castell, llogarret, vila. Entramat urbà i comunicació social: gremis, universitats... El nou paper de l'església: la Inquisició i els ordres mendicants. Art cortesà i cultura popular. El Gòtic. Humanisme i renaixement. Tècnica i ciència. La cultura clàssica i el racionalisme. La impremta. Noticierisme. Discurs polític i discurs religiós: "El Príncep". Comunicació col·lectiva: el control sobre el mitjans i sobre les modalitats de codificació i decodificació; la normativització de les noves llengües: les gramàtiques.

IV.- Cap a les monarquies absolutes. Centralització estatal i desenvolupament de la teoria política. Reforma i Contra-Reforma. Codificació de les tècniques de propaganda política. Revolta camperola i revolta burgesa. Xilografia i cultura popular. Dissidència i heretgia; l'enfortiment de la Inquisició. Economia monetària i ètica capitalista: la dialèctica valor d'ús/valor de canvi. Cap el periodisme regular.

V.- Mercantilisme i colonialisme. L'exportació de models culturals europeus: l'eurocentrisme androcèntric. Monarquies absolutes, enfortiment de l'Estat i creixement del control de la comunicació col·lectiva. La cultura cortesana. Xarxa burocràtica i cohesió "nacional": el concepte "Estat-nació". El pamflet, la cançó i el teatre. Art i societat: el Barroc. Serveis postals. Premsa periòdica. Necessitats comunicatives de les ciutats: oficines d'informació i col·locació.

VI.- Elaboració del teixit ideològic-cultural liberal-burgès. Ciència i religió. Il·lustració i Enciclopedisme. La lluita per la llibertat d'informació (llibertat d'empresa). Extensió de la lògica de l'espectacle. La tradició oral. La revolució del gravat. Producció i unitat familiar. La codificació del marginats: asils, presons i manicomis. Dualitat social i anti-estatisme popular.

Revolució Industrial i dissolució dels ecosistemes comunicatius tradicionals.

VII.- La revolució industrial i els orígens la societat demasses. La construcció de l'Estat capitalista: societat civil i societat política. L'Estat com a racionalitzador de l'escissió públic/privat. Ciutadania i articulació de les divisions socials de sexe i classe. La secularització del consens. Les noves formes de control ideològic i programació social. Producció industrial, disciplina de treball i ordenació del temps. Migracions i massificació de les ciutats. La identitat cultural del proletariat urbà. La màquina de vapor de F. Koenig. Les noves possibilitats dels transports i de la comunicació col·lectiva. Art i revolució: la dissolució de l'art cortesà.

VIII.- De la comunicació col·lectiva cohesionadora a la comunicació col·lectiva disgregadora: premsa doctrinal i premsa informativa de masses. De la democràcia censatària al sufragi universal (masculí). Abolició dels "impostos sobre el saber". Financiació publicitària i premsa barata. La cristal·lització dels codis periodístics: ordenació interna del diari i concepció del món. Les agències informatives. L'organització del proletariat i la lluita per mitjans de comunicació propis. Locomotora i fotografia. Romanticisme i realisme.

IX.- Societat i cultura de masses. Producció industrial i massificació dels elements significants. La lògica valor simbòlic/valor-signe. Democràcia i opinió pública. Escola i premsa de masses (la fi de la tradició oral. Premsa sensacionalista i premsa d'opinió. Cap el nou prodomini de la comunicació audiovisual: fotografia i cartelisme. La imatge de les masses. El fotogavat. Iconografia i paisatge urbà; les Exposicions universals. La lògica de l'espectacle. La redefinició de la família nuclear.

Cristal·lització de la comunicació de masses i eclosió de les noves tecnologies comunicatives.

X.- Imperialisme i militarisme. La revolució dels transports i la progressiva uniformitat cultural universal. El reforçament de l'hegemonia britànica al si de l'ordre internacional de la informació. Concentració de la indústria cultural. Màquines fonedores de tipus. Increment de les tirades a la premsa escrita i reforçament de les agències informatives. Telefonia i telegrafia. Informació i esforç bèlic. Conductisme i publicitat; el llenguatge publicitari. L'inici de l'era de l'automòbil. El turisme. La divulgació de la cambra fotogràfica. El teatre i el naixement del cinema. Els primers còmics moderns.

XI.- L'hegemonia mundial dels estats industrials. La cultura occidental: implicacions de l'occidentalisme en el discurs científic i ideològic-polític. Desenvolupament de les ciències socials: les primeres teories sobre la societat de masses. Crisi de la democràcia liberal; moviment obrer i reforçament dels aparells coercitius de l'Estat: ampliació del sector públic i creixent control social. Organització internacional de la informació: de l'hegemonia britànica a l'hegemonia nordamericana. Cultura i mites "made in USA"; l'americana way of life. Cinema i discurs històric. La indústria del disc. La moda. El disseny industrial. La ràdio i la propaganda política de masses. Funcions comunicatives del medi radiofònic. Tres models d'utilització de l'aparell de comunicació de masses per part de l'Estat: els EUA, l'Alemanya nazi i l'URSS.

XII.- Guerra freda, política de blocs i armamentisme: cibernètica i indústria electrònica. Les corporacions trans-nacionals i la colonització de les consciències. L'organització internacional de la comunicació de masses. Els desequilibris estructurals del nou ecosistema comunicatiu. La crisi de la premsa escrita i la cultura de la imatge. De la televisió als satèl·lits de comunicació. Publicitat i llenguatge: l'ordre simbòlic i el subconscient col·lectiu. Consumisme i turisme; costums i subcultures en la societat opulenta; la moda i les generacions. Tecnocràcia: el poder de la Raó, i la raó del Poder. Automatització i informatització de la societat. La convergència de les formes-Estat. Autoritarisme estatal i control social. De la cultura underground a les ràdios lliures. La contra-informació. El contradictori ressorgiment de les cultures nacionals colonitzades. I love NY: l'absurd del neocosmopolitisme (o els pagerols de l'aldea universal). La crisi d'identitat sexual ("God? She is black!"). Les noves tecnologies comunicatives i les utopies negatives...

BIBLIOGRAFIA BÀSICA DE CONSULTA

- AA. VV. Semiòtica y praxis. A. Redondo editor.
- Baudrillard, Jean. La economía política del signo. Siglo XXI.
- Baudrillard, Jean. Cultura y simulacro. Ed. Kairós.
- Bernal, J. D. Historia social de la ciencia. Ed. Península.
- Benjamin, Walter. Discursos interrumpidos I. Ed. Taurus.
- Châtelet, François (ed.). Historia de las ideologías. Ed. Zero.
- Coma, Xavier. Los comics. Un arte del siglo XX. Ed. Punto Omega. Guadarrama.
- Duby, Georges. Historia social e ideología de las sociedades. Ed. Anagrama.
- Elias, Norbert. La sociedad de corte. Ed. Il Mulino.
- Ellul, Jacques. Historia de la propaganda. Monte Ávila editores.
- Fontana, Josep. Historia. Análisis del pasado y proyecto social. Ed. Crítica.

- De Fleur, M. L. Teorías de la comunicación masiva. Ed. Paidós.
- Gubern, Romà. Historia del cine. Ed. Lumen.
- Habermas, Jürgen. Historia y crítica de la opinión pública. Ed. G. Gili.
- Hall, E. T. Más allá de la cultura. Ed. G. Gili.
- Hauser, Arnold. Historia social de la literatura y el arte. Ed. Punto Omega. Guadarrama.
- Hobsbawm, E. J. Las revoluciones burguesas. Ed. Punto Omega. Guadarrama.
- Hobsbawm, E. J. La era del capitalismo. Ed. Punto Omega. Guadarrama.
- Lotman, J.M. y la Escuela de Tartú. Semiótica de la cultura. Ed. Cátedra.
- Mattelart, Armand. Multinacionales y sistemas de comunicación. Ed. Siglo XXI.
- McLuhan, Marshall. La Galàxia Gutenberg. Ed. 62.
- Maffi, Mario. La cultura underground. Ed. Anagrama.
- Ramírez, J. A. Medios de masas e historia del arte. Ed. Cátedra.
- Rositi, Franco. Historia y teoría de la cultura de masas. Ed. G. Gili.
- Rossi-Landi, Ferruccio. Ideología. Ed. Labor.
- Rossi-Landi, Ferruccio. El lenguaje como trabajo y como comercio. Rodolfo Alonso editor.
- Sánchez-Guzmán, J. R. Breve historia de la publicidad. Ed. Pirámide.
- Sontag, Susan. Sobre la fotografía. Ed. Edhasa.
- Thompson, E. P. Tradición, revuelta y consciencia de clase. Ed. Crítica.
- Vázquez Montalbán, Manuel. Historia y comunicación social. Ed. Bruguera.
- Weill, Georges. El periódico. Orígenes, evolución y función de la prensa escrita. Ed. UTEHA.
- Williams, Raymond. Cultura. Sociología de la comunicación y el arte. Ed. Paidós.

- Al llarg del curs es proporcionen guies bibliogràfiques específiques per a cada capítol, així com material documental divers.

AVALUACIONS:

Les avaluacions s'efectuaran a partir d'exàmens (dos parcials i/o final) i treball de curs. Uns i altre hauràn d'ajustar-se als terminis establerts a l'efecte en iniciar-se el curs.