

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 SOCIOLOGIC DE LA COMUNICACIÓ COLLECTIVA

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 fogamentals 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.

Ànalisi 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. Ànalisi 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. Padileau Sociologie de l'information. Textes fondamentaux. Larousse Université. París, 1973.

Miquel 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 sociología. Taurus. Madrid, 1971.

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

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

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

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

- Mario Maffi Lacultura underground. Anagrama. Barcelona, 1972.
- J.S. Khan El concepte 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.
- Ellio t 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 Vallverdó 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 ANÀLISI 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.

OPINIÓ PÚBLICA

PROF.: MANUEL PARÉS I MAICAS

3er. CURS

CODI 3019

I.- Concepte de sociologia de la comunicació col·lectiva. Natura-
lesa, evolució històrica i funcions. Principals corrents doctrinals:
funcionalista, escola crítica, escola marxista. Comunicació i cultura
de massa en una societat concreta. Contextualització de la comunicació
de massa.

2.- Relació amb altres ciències socials: sociologia, sociologia
política, psicologia social, història, antropologia cultural, economia
i dret, així com amb la sociolingüística.

3. - Relacions amb la sociologia: home massa, massa, massificació
i societat de massa. Grup social: primari i secundari; formal i in-
formal. Canvi social i comunicació i cultura de massa.

4.- Relacions amb la sociolingüística: la llengua com a instrument
de comunicació, de cultura i d'integració social. Concepte i contingut
de la sociolingüística. Llengües en conflicte. Bilingüisme. Diclossia.
Sociolingüística i comunicació col·lectiva.

5. - Relacions amb la sociologia política: El poder. Poder executiu,
poder legislatiu i poder judicial. Els funcionaris. Els partits polítics.
Grups d'interessos i grups de pressió. LLurs relacions amb la comuni-
cació col·lectiva. El paper de la ideologia.

6. - Les èlits dirigents. Els líders polítics i els socials. Els
líders d'opinió. Els intel·lectuals. Els professionals de la comuni-
cació col·lectiva. Els ídols socials.

7.- La comunicació política: concepte, característiques i funcions. L'emissor com a òrgan de poder. Tipologia de l'emissor segons el sistema polític o econòmic, així com segons els distints poders. El rol de l'educació i de la cultura polítiques. La informació i la propaganda polítiques. El marketing polític. La propaganda electoral.

8.- Id, id. La imatge dels polítics. El rol de les relacions públiques. La política com a espectacle i el paper dels mitjans de comunicació de massa. El comportament polític del ciutadà i de l'opinió pública. La despolització.

9.- Relacions amb la psicologia social: les actituds, les creences, els prejudicis, els estereotips, els mites i les imatges. Els procés de formació i incidència sobre la comunicació col·lectiva.

10.- Relacions amb l'economia: La recerca científica i el progrés tecnològic, amb caràcter general i en el camp de la comunicació. La societat industrial i la societat postindustrial. El consum, la societat de consum i el consumidor. El paper de la publicitat.

11.- Relacions amb l'antropologia cultural: la cultura, els seus distints conceptes i enfocaments. Cultura i civilització. L'aculturació. Alguns tipus de cultura: cultura acadèmica, cultura científica, cultura popular, cultura obrera i cultura alternativa. La cultura i els joves. Política cultural, desenvolupament cultural, planificació cultura i acció cultural. Política cultural i política de comunicació.

12.- La cultura de massa: concepte, característiques i funcions. En funció dels distints mitjans de comunicació. La cultura de massa com a cultura mosaic. Tesis favorables i tesis oposades. La cultura de massa i la publicitat. La dimensió econòmica de la cultura de massa. La indústria cultural: creació, producció, distribució i consum. Paper del marketing. Els efectes de la cultura de massa. La uniformització de comportaments i la mediocritat.

SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACIÓ I PROCÉS DE COMUNICACIÓ

13.- L'emissor: concepte i característiques segons els diferents mitjans i formes de comunicació col·lectiva. Estructura jeràrquica, econòmica, empresarial, tècnica i funcional. Els emissors transnacionals. El paper dels mitjans de comunicació segons els distints mitjans i formes de comunicació. Les empreses multimedia.

14.- El receptor individual. Paràmetres sociològics més importants: edat, sexe, estat civil, treball o professió, nivell educatiu, nivell cultural/statusj social, status econòmic, habitat, ideologia i militància, lleures, grups associatius, actituds socials, etc.

15.- El receptor individual en funció de la informació, la propaganda, la publicitat i les relacions públiques. Segons la premsa, la ràdio, la televisió, el cinema, les noves tecnologies i d'altres mitjans. L'accés als mitjà d'informació.

16.- L'audiència: concepte, naturalesa i característiques. Segons els mitjans i les formes de comunicació de massa. Estudis qualitatius i quantitatius. El paper de la violència, les perturbacions psíquiques i físiques, etc.

17.- Els efectes de la comunicació i de la cultura de massa: concepte i característiques. Les principals teories. En funció dels distints mitjans i formes de comunicació col·lectiva. Segons els distints paràmetres sociològics.

L'OPINIÓ PÚBLICA I D'ALTRES INSTITUCIONS

18.- Concepte d'opinió individual, d'opinió de grup i d'opinió pública i llurs característiques respectives. Elements que formen, modifiquen o consoliden l'opinió pública. La ideologia, els interessos, els mites, els prejudicis i els estereotips com a factors condicionants. Formes d'expressió de l'opinió pública. Tipologia sobre l'opinió pública. Els corrents d'opinió segons els distints sistemes polítics i econòmics.

19.- La funció i el paper dels mitjans de comunicació de massa, segons els continguts dels distints formes de comunicació, en la formació de l'opinió pública. La seva relació amb l'actualitat. Continuitat i canvi. El rol dels líders d'opinió. Formes de control. Els sondeigs d'opinió. Opinió pública i comunicació política. L'opinió pública com a mitjà.

20.- L'educació com un procés de comunicació. La comunicació de massa com a instrument educatiu, com a educació permanent i com a educació paral·lela. Els efectes educatius de la informació. La utilització de les tècniques de la comunicació de massa al servei de l'ensenyament. Interrelacions entre propaganda i educació. La publicitat i l'educació del consumidor. La funció educativa dels diferents mitjans de comunicació de massa. La pedagogia dels mitjans de comunicació en el sistema educatiu.

21.- L'oci. Concepte de treball i de temps lliure. Concepte d'oci, característiques i funcions. Tipus d'oci. Oci i cultura. Oci i esport. Oci i espectacle. Relació entre l'oci i els diferents mitjans de comunicació de massa.

22.- La política nacional de comunicació: concepte i característiques. En funció dels diferents models de desenvolupament de la societat. Paper de l'educació, de la ciència i de la cultura. El rol dels mitjans de comunicació. Especificitat de cada política nacional de

comunicació segons el sistema polític, econòmic i social. La participació del ciutadà en la comunicació de massa. La influència de la comunicació i de la cultura de massa transnacionals.

23. - Una perspectiva sobre el futur de la societat de la comunicació: progrés tecnologic i noves tecnologies. La informatització de la societat. El futur del sistema democràtic. La prepotència de la televisió. La problemàtica dels mitjans impressos: premsa i llibre. El futur de la ràdio. Les relacions cinema-televisió. Els perills d'una informació cada vegada més condicionada. Interrelacions entre informació i propaganda. El desenvolupament de la publicitat, de les seves tècniques i de les relacions públiques. Els riscos d'una cultura de massa transnacional.

CRITERIS D'avaluació

a) Un treball de recerca sobre un tema molt concret, lliurament convingut de mutu acord entre el professor i cada estudiant. La seva extensió mínima serà de 30 pàgines mecanografiades. Data límit de lliurament: El 27 de març de 1987

b) Una prova escrita al final del curs sobre el programa.

c) Una exposició oral a la classe.

d) Qualsevolga altra activitat complementària que el professor consideri oportú per a completar el desenvolupament de la matèria.

OCTUBRE 1986

B I B L I O G R A F I A

Tot seguit s'ofereix una bibliografia àmplia i orientativa per tal de poder preparar els distints temes del programa. Per altra banda, pot servir de referència per a l'elaboració del treball de recerca que cada estudiant cal que realitzi.

Només es proporciona la bibliografia en castellà i en català, car es la que es troba més a l'abast de l'estudiant.

GENERAL i CAPITOLS 1-2

BALLE, Francis, Información y sociedad: antiguos y nuevos desafíos, Editorial Universidad de Navarra, Pamplona, 1983

BISKY, Lothar, Critica de la teoría burguesa de la comunicación de masas, estudio preliminar y trad. de Vicente Romano, Ediciones de la Torre, Madrid, 1982.

CAZENEUVE, Jean, La sociedad de la ubicuidad, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1968

CAZENEUVE, Jean, Sociología de la radio-television, Ed. Paidós, Buenos Aires, 1967.

CURRAN, J., GUREVITCH, M., WOOLLACOTT, M., Sociedad y comunicación de masas, Fondo de Cultura Económica, México, 1983

HOLZER, Sociología de la comunicación, Akal Ed., Madrid, 1988.

JAY, Martin, La imaginación dialéctica. Una historia de la Escuela de Frankfurt, Ed. Taurus, Madrid, 1974

MC BRIDE, S., i altres, Un solo mundo, múltiples voces (Comunicación e información en nuestro tiempo), UNESCO, Fondo de Cultura Económica, México, 1980

MC QUAIL, D., Sociología de los medios de comunicación, Ed. Paidós, Buenos Aires, 1976

MATTELART, A., Multinacionales y sistemas de comunicación, Ed. Siglo XXI, México, 1975

MORAGAS I SPA, Miquel de, Sociología de la comunicación de masas, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 3^a ed., 4 vols, 1985

MORAGAS I SPA, Miquel de, Teorías de la comunicación, (investigaciones sobre medios en Europa y América), Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1981.

PARES I MAICAS, Manuel, BAGET, J.M., BERRIC, J., FANCELLI, A., GOMEZ BENOSA, M., GONZALEZ DE LA FUENTE, I., SCHAAFF, S., GARCIA, E., La televisión a la Catalunya autònoma, Ed. 62, Barcelona, 1981

- SAPERAS, Enric, La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos, Ed. Ariel, Barcelona, 1985
- SMITH, Anthony, La política de la información (Problemas de política en los medios de información modernos), Fondo de Cultura Económica, México, 1984
- SCHILLER, H., Comunicación de masas e imperialismo yanqui, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1976. Hi ha una altra edició, publicada per Ed. Akal, Madrid, 1976
- Sociología de las Relaciones Públicas, Instituto de Ciencias Sociales, Diputación de Barcelona, 1968.

CAPITOL 3

- GINER, Salvador, Sociedad de masa, Ed. Peninsula, Barcelona, 1977
- JOHNSON, H.M., SPROTT, W.J.K., Sociología y psicología social del grupo, Ed. Paidos, Buenos Aires, 1968
- KERNHAUSER, W., Aspectos políticos de la sociedad de masas, Amorrortú, Buenos Aires, 1969.
- SCHAFFERS, B., Introducción a la sociología de grupos, Ed. Herder, Barcelona, 1984.

CAPITOL 4

- NINYOLES, R.LL., Idioma y poder social, Ed. Tecnos, Madrid, 1978
- STRUBELL, M., Llengua i cultura als Països Catalans, Ed. La Noguera, Barcelona, 1980
- VALLVERDU, F., El fet lingüístic com a fet social, Ed. 62, Barcelona, 1973
- Id. id., Aproximació crítica a la sociolingüística actual, Ed. 62, Barcelona, 1980

CAPITOL 5

- BOTTOMORE, T., Sociología política, Ed. Aguilar, Madrid, 1982
- DUVERGER, M., Sociología política, Ed. Ariel, Barcelona, 1972
- POULANTZAS, Nicos, Poder político y clases sociales en el Estado capitalista, Siglo XXI eds., México, 1973
- SCHERMERHORN, R.A., El poder y la sociedad, Ed. Paidos, Buenos Aires, 1963

CAPITOL 6

- BROWNE, C.G., COHN, T.S., El estudio del liderazgo, Ed. Paidos, Buenos Aires, 1960.
- COSER, L.A., Hombre de ideas (El punto de vista de un sociólogo), Fondo de Cultura Económica, México, 1968
- GRAMSCI, A., Los intelectuales y la civilización de la cultura, Nueva Visión, Buenos Aires.

- OLTRA, Benjamín, Una sociología de los intelectuales, Ed. Vicens Vives, Barcelona, 1978
- SPROTT, W.J.H., Psicología y sociología del líder, Ed. Paidos, Buenos Aires, 1967.
- YOUNG, K., Psicología social del grupo, del líder y de los seguidores, Ed. Paidos, Buenos Aires, 1967

CAPITOLS 7-8

- BUSTA MARTE, E., Los amos de la información, Akal ed, 1982
- DEUTSCH, K., Los nervios del gobierno (Modelos de comunicación y de control políticos), Ed. Paidos, Buenos Aires, 1969
- ESTEBAN, Jorge de, Por una comunicación democrática Fernando Torres ed., Valencia, 1976
- FAGEN, R., Política y comunicación, Ed. Paidos, Buenos Aires, 1969.
- HIRSCH-WEBER, W., La política como conflicto de intereses, Ed. Tecnos, Madrid, 1972
- LAZARSFELD, P., BERELSON, B., GAUDET, P., El pueblo elige, Ed. 3, Buenos Aires, 1962
- HOODIE, G., STUART-KENNEDY, G., Opiniones, públicos y grupos de presión, Fondo de Cultura Económica, México, 1976
- PARES I MAICAS, Manuel, La ideología regional de la prensa escanyola (1966-1973) Ed. 62, Barcelona, 1984
- PYE, L.W., Evolución política y comunicación de masas, Ed. Trotta, Buenos Aires, 1969
- VEDEL, Georges, introd. y direc., La despolitización, Ed. Tecnos, Madrid, 1973

CAPITOL 9

- HEINZ, H., Los prejuicios sociales, Ed. Tecnos, Madrid, 1966.
- GARCIA PELAYO, Manuel, Mitos y símbolos políticos, Ed. Taurus, Madrid, 1964
- LIPPmann, W., La opinión pública, Compañía General Fabril, Buenos Aires, 1964
- SAUVY, A., Los mitos de nuestro tiempo, Ed. Labor, Barcelona, 1965
- YOUNG, K., Psicología social del prejuicio, Ed. Paidos, Buenos Aires, 1969.

CAPITOL 10

- BAUDRILLARD, J., La sociedad de consumo, Ed. Plaza y Janés, Barcelona, 1974
- BELL, D., El advenimiento de la sociedad postindustrial, Alianza Editorial, Madrid, 1976
- KATONA, G., La sociedad de consumo de masas, Ed. Nialp, Madrid, 1968

TOURAINE, A., La sociedad postindustrial, Ed. Ariel, Barcelona, 1971

CAPITOL 11

- BIGSBY, C.W.E., Examen de la cultura popular, Fondo de Cultura Económica, México, 1982
KAHN, J.S., El concepto de cultura: textos fundamentales, Ed. Anagrama, Barcelona, 1975
Políticas culturales en Europa, Ministerio de Cultura, Secretaría General Técnica, Madrid, 1980
SANCHEZ DE HORCAJO, J., La cultura: reproducción o cambio, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, 1979
SAÑA, Heleno, Cultura proletaria y cultura burguesa, Ed. Zyx, Madrid, 1972
UNESCO, El desarrollo cultural, experiencias regionales, París, 1980

CAPITOL 12

- BELL, D., y otros, Industria cultural y sociedad de masas, Monte Avila, Caracas, 1974-(hi ha una edición anterior, similar, La industria de la cultura, Alberto Corazón, Madrid, 1969
ECO, Umberto, Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas, Ed. Lumen, Barcelona, 1968
NAFFI, N., La cultura underground, Ed. Anagrama, Barcelona, 1975, 2 vols.
NATTELART, Armand, La cultura como empresa multinacional, Ed. Era, México, 1974
MOLES, A., Sociodinámica de la cultura, Ed. Paidós, Buenos Aires, 1974
NORIN, E., El espíritu del tiempo, (ensayo sobre la cultura de masa), Ed. Taurus, Madrid, 1968
ROSITI, Franco, Historia y teoría de la cultura de masas, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1980
SWINGEWOOD, A., El mito de la cultura de masas, La Red de Jonás, Premia Editora, México, 1979

CAPITOLS 13 AL 16 (VEURE, TAMBE, OBRES GENERALS)

- GAZENEUVE, J., El hombre teleespectador, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1974
GROMBRIDGE, B., La televisión y la gente, Monte Avila Ed., Caracas, 1978
MARTIN SERRANO, Manuel, El uso de la comunicación social por los españoles, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, 1982
ROMANO, Vicente, Los intermediarios de la cultura. Los emisores en el proceso de comunicación social, Cuadernos de Comunicación, Pablo del Río, ed., Madrid, 1977
VALBUENA, Felicísimo, Receptores y audiencias en el proceso de comunicación, Cuadernos de la Comunicación, Pablo del Río ec., Madrid, 1976

CAPITOL 17 (veure, també, obres generals)

- BERRIC, Jordi, Teoría social de la persuasión, Ed. Mitre, Barcelona, 1983
COHEN-SEAT, G., FOUGEROLLAS, P., La influencia del cine y de la televisión, Fondo de Cultura Económica, México, 1987
HALLGRAN, J., Los efectos de la televisión, Editora Nacional, Madrid, 1974
KATZ, E., LAZARSFELD, P., La influencia personal. El individuo en el proceso de comunicación de masas, Ed. Hispano Europea, Barcelona, 1979
KLEPPER, J., Efectos de la comunicación de masas, Ed. Aguilar, Madrid, 1974
SCHRAMM, W., Procesos y efectos de la comunicación colectiva, CIESPAL, Quito, 1969.

CAPITOLS 18-19

- BOGUELMANN, F., Formación y funciones sociales de la opinión pública, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1983
COSSET, Carlos, La opinión pública, Ed. Paidós, Buenos Aires, 1973
DIEZ NICOLAS, Juan, Los españoles y la opinión pública, (HABERNAS)Editora Nacional, Madrid, 1976
HABERNAS, J., Historia y crítica de la opinión pública, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1981
LAINE, R., SEARS, R., DAVIS, C., La opinión pública, Ed. Santanella, Barcelona, 1967
LOPEZ PIÑON, Rafael, La opinión pública española: del franquismo a la democracia, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, 1982
RIVADENEYRA, R., La opinión pública, Trillas Ed., México, 1979.
ROVIGATTI, V., Lecciones sobre la ciencia de la opinión pública, CIESPAL, 1981
SAUVY, A., La opinión pública, Ed. Obras-Tau, Barcelona, 1976
STOETZEL, J., Teoría de las opiniones, Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1972
STOETZEL, J., Las encuestas de opinión pública, Editora Nacional, Madrid, 1973
YOUNG, K., La opinión pública y la propaganda, Ed. Paidós, Buenos Aires, 1967
Id, id., Psicología social y la opinión pública y de los medios de comunicación, Ed. Paidós, Buenos Aires, 1980

CAPITOL 20

- CERVERA, Juan, Otra escuela (Cine, radio, TV, prensa), Ed. Madrid, 1977
ERAUSQUIN, M.A., y otros, Los telenovelas, Ed. Lain, Barcelona, 1981

- JAMISON, D.T., MC ANANE, E., La radio al servicio de la educación y el desarrollo, Ministerio de Educación y Ciencia, Madrid, 1981
- PARES I MAICAS, Manuel, El papel de la información en la educación permanente y en la enseñanza universitaria, Universitat Autònoma de Barcelona, Servei de Publicacions, Bellaterra, 1984
- PORCHER, L., La escuela paralela, Kapelusz, Buenos Aires, 1976
- VEERA, Carlos, La prensa a la escuela, Ed. Marsiega, Madrid, 1979

CAPITOL 21

- DUMAZEDIER, Joffre, Hacia una civilización del ocio, Ed. Estela, Barcelona, 1964. Hi ha una nova edació de l'Ed. Laia
- GRAZIA, Sebastian de., Tiempo, trabajo y ocio, Ed. Tecnos, Madrid, 1966
- LOPEZ ANDRADA, Benito y otros, Tiempo libre y educación, Ed. Escuela Española, Madrid, 1982
- RACIONERO, LLuis, Del paro al ocio, Ed. Anagrama, Barcelona, 1983
- SUE, Roger, El ocio, Fondo de Cultura Económica, México, 1982

CAPITOLS 22-23 (verre, a més, les obres generals)

- FLICHY, P., Las multinacionales del audiovisual (por un análisis económico de los media), Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1981
- HAMELINK, C., La aldea transnacional, El papel de los trusts en la comunicación mundial, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1981
- La sociedad de la información, Fundesco-Tecnos, Madrid, 1983, 3 vols.
- LUSSATO; Bruno, El desafío informático, Plamash, Barcelona, 1981
- MARTIN, J., La sociedad interconectada, Ed. Tecnos, Madrid, 1980
- MATTELART, A., Ingresión desde el espacio. Cultura y napalm en la era de los satélites, Siglo XXI ed., México, 1972
- NIC BRIDE S, otros, Un sólo mundo, múltiples voces, Unesco, Fondo de Cultura Económica, México, 1980
- RUIZ ELDRIEGE, Alberto (compilador), El desafío jurídico de la comunicación internacional, ILET, Ed. Nueva Imagen, México 1979
- SOMAVIA, Juan y otros, La información en el nuevo orden internacional, ILET, México 1977
- SCHILLER, H., El poder informático, Ed. Gustavo Gili, Barcelona, 1983

Octubre 1986