

TEORIA GENERAL DE LA INFORMACIÓ  
PROF.: Enric Saperas  
2on curs. CODI 2011

PRIMERA PART: DEFINICIÓ DE LA TEORIA DE LA COMUNICACIÓ. INICIS DE LA RECERCA COMUNICATIVA.

Llic. 1. L' ESTUDI DE LA COMUNICACIÓ EN EL MARC DE LES DISCIPLINES CIENTÍFIQUES. DEFINICIÓ I OBJECTE D' ESTUDI DE LA TEORIA DE LA COMUNICACIÓ.

1. L' objecte d' estudi de la Teoria de la comunicació: cap a una delimitació científica. 2. Marc històric i acadèmic en que sorgí la Teoria de la Comunicació. 3. Teoria o teories de la comunicació 7. Les nocions de pluridisciplinarietat, interdisciplinarietat i transdisciplinarietat. 4. La recerca comunicativa i la teoria de la comunicació com el resultat d' un recurs pluridisciplinari. 5. Definició de la Teoria de la comunicació.

Llic. 2. EL PROCÉS DE FORMACIÓ DE LA RECERCA COMUNICATIVA ALS ESTATS UNITS: LA «MASS COMMUNICATION RESEARCH».

1. L' àmbit acadèmic nordamericà a principis del segle XX. 2. Característiques del sistema comunicatiu nordamericà com a sistema comercial. 3. El sorgiment de les fonts de finançament de la recerca sobre la comunicació de masses: el mitjà audiovisuals, el sistema polític liberal, l' administració pública, les fundacions privades i l' exèrcit. 4. El concepte d' "Investigació Administrada". 5. Estructura i organització de la «Mass Communication Research»: el recurs a la pluridisciplinarietat. 6. El «pare» fundadors de la recerca comunicativa nordamericana (Robert Ezra Park, Harold D. Lasswell, Paul F. Lazarsfeld, Kurt Lewin, Carl Iver Hovland). 7. La contraposició entre teoria i mètode en la recerca nordamericana. 8. La recerca comunicativa en el marc social, econòmic, polític i militar dels Estats Units.

Llic. 3. EL PROCÉS DE FORMACIÓ DE LA RECERCA COMUNICATIVA A EUROPA: DE LA CIÈNCIA DEL PERIODISME A LA TEORIA DE LA COMUNICACIÓ.

1. Els inicis de la recerca comunicativa a les universitats de llengua alemanya: de la «Zeitungskunde» a la «Zeitungswissenschaft». 2. Aportacions de la sociologia europea a l' estudi del periodisme i de l' opinió pública: Max Weber i la seva proposta d' una «Zeitungs-wesen»; Ferdinand Tönnies, la premsa i l' opinió pública com a factors característics de la «Gessellschaft» (Associació). 3. Aportacions de la psicologia social europea a l' estudi del periodisme i de l' opinió pública: Gustave LeBon i Gabriel Tarde o el pensament conservador; Sigmund Freud o la psicologia de les masses. 4. El procés de formació de la recerca comunicativa europea: l' àmbit acadèmic europeu durant la primera meitat del segle XX. Característiques dels sistemes comunicatius europeus i llur incidència en el procés de formació de la recerca. Inestabilitat política i guerres mundials. 5. El recurs a la pluridisciplinarietat: Alemanya, França i Itàlia. 6. Teoria i mètode en la recerca europea. 7. Influència europea en la «Mass Communication Research». 8. Influència de la «Mass Communication Research» en la recerca europea.

SEGONA PART: LA «MASS COMMUNICATION RESEARCH».

Llic. 4. EL PARADIGMA DE LASSWELL: DES DE QUINA PERSPECTIVA ESTUDIAR LA COMUNICACIÓ DE MASSES ?

1. La noció de paradigma. La noció de model. Tipologia dels models: icònic-analògic, icònic-no-analògic i conceptual-analògic. 2. La personalitat acadèmica d' en Harold D. Lasswell: comunicació pública i persuasió. 3. L' influència de la «Retòrica» d' Aristòtil en la formació del Paradigma de Lasswell: els mitjans de comunicació com instruments d' una nova retòrica massiva. 5. La comunicació com a acte. Els components de l' acte de comunicació. 6. El Paradigma de Lasswell i l' estabilització de la recerca comunicativa nordamericana. 7. El desequilibri en el desenvolupament disciplinari del Paradigma de Lasswell: les fonts de finançament i la fonamentació conductista del paradigma.

Llic. 5. L' ESTUDI DE LES FUNCIONS DE LA COMUNICACIÓ DE MASSES.

1. Funció i disfunció. 2. Les funcions de la comunicació de masses: Harold D. Lasswell. El desenvolupament de l' anàlisi funcional de la comunicació de masses: Charles E. Wright, Paul F. Lazarsfeld, Robert K. Merton.

Llic. 6. L' ANALISI DE CONTINGUT.

1. Els inicis de l' anàlisi de contingut: la propaganda política com a objecte d' estudi. 2. L' estudi de la comunicació recomanada: missatge, mitjà i persuasió. 3. Codificació i quantificació de les tècniques d' anàlisi orientades vers l' estudi del contingut. 4. Les fonts de finançament interessades en l' anàlisi de contingut i la seva incidència en l' evolució de la metodologia de recerca. 5. L' anàlisi objectiu, quantitatiu i sistemàtic de la comunicació manifesta: Bernard Berelson. 6. Els desenvolupaments posteriors de l' anàlisi de contingut: les tècniques de la semàntica diferencial.

Llic. 7. L' ANALISI DE LES AUDIÈNCIES.

1. Els inicis de l' anàlisi de les audiències. 2. Les fonts de finançament d' aquesta modalitat d' anàlisi comunicativa. 3. Els receptors de la comunicació pública: massa, públic o audiència ? 4. «The People's Choice» o el redescobrim del grup social primari en el seu rol comunicatiu. 5. La influència personal i el líder d' opinió. 6. Els dos glans de la comunicació. 7. Actitud i opinió. Les aportacions de la psicologia social.

Llic. 8. L' ANALISI DELS EFECTES (I) : ELS EFECTES SOBRE EL COMPORTAMENT.

1. Els inicis de la recerca sobre els efectes. 2. Les fonts de finançament interessades en aquesta modalitat d' anàlisi comunicativa. 3. Procés de comunicació, 8 efectes: estimul, impacte i efecte. 4. La teoria hipodèrmica. 5. La teoria situacional o fenomenica dels efectes. 6. Consideració de la situació extracomunicativa i de les causes cooperants. 7. Consideració dels factors intermediaris entre el comunicador i l' audiència. 8. Predisposicions i actituds prèvies: l' efecte de la comunicació com a reforçament. 9. El canvi d' opinió: definició, incidència de la personalitat com a factor de susceptibilitat persuasiva i la disonància cognitiva. 10. Efecte i ordenació del contingut del missatge. 11. Efectes i credibilitat del comunicador.

Llic. 9. L' ANALISI DELS EFECTES (II) : ELS EFECTES SOBRE EL CONEIXEMENT.

1. Els moderns avenços en la recerca sobre els efectes de la comunicació de masses: els efectes cognitius. 2. Canvi de perspectiva de la recerca: de l' avaluació del comportament a l' avaluació del coneixement. 3.

Relleu d'aquest canvi de perspectiva: vers la refutació de la llei dels Minims Efectes. 4. L' «Agenda-Setting Function of Mass Communication». 5. La «Gap Hypothesis».

#### Llicé 10. L'ESTUDI DE L'OPINIÓ PÚBLICA.

1. La definició de l'opinió pública en la filosofia social liberal. 2. La definició de l'opinió pública segons la «Mass Communication Research». 3. El procés de formació de l'opinió pública. 4. Les funcions de l'opinió pública en una societat democràtica.

#### Llicé 11. MARSHALL McLUHAN: UN CAS ANLLAT.

1. La personalitat humana i acadèmica d'en McLuhan. 2. La concepció socio-antropològica de McLuhan entorn l'evolució comunicativa i cultural de la humanitat. 3. Tipologia dels mitjans. 4. El formalisme d'en McLuhan: el mitjà és el missatge. 5. McLuhan: un investigador sense continuïtat?

#### Llicé 12. LA CRISI DE LA «MASS COMMUNICATION RESEARCH»: HERRERT I SCHILLER O LA CRÍTICA A L'IMPERIALISME COMUNICATIU I CULTURAL TANQUIL.

1. La noció d'imperialisme comunicatiu i cultural. 2. Crítica a la recerca administrada com a instrument imperial. 3. Els mites de la comunicació de masses als Estats Units. 4. El complex industrial-militar nordamericà i la seva incidència en el sistema comunicatiu. 5. Noves tecnologies i aprofundiment de l'imperialisme tecnològic, cultural i comunicatiu: anàlisi de les noves tecnologies en el procés de reindustrialització: claus per interpretar un fenomen actual.

### TERCERA PART: LA RECERCA COMUNICATIVA A L'EUROPA OCCIDENTAL.

#### Llicé 13. ESBOS GENERAL DE LA RECERCA COMUNICATIVA A EUROPA.

1. La recerca comunicativa a Alemanya i a la República Federal d'Alemanya: orígens i desenvolupament de la «Zeitungswissenschaft» i de la «Publizistikwissenschaft». Publicística sistemàtica i publicística funcional. 2. La recerca comunicativa a França: orígens en els anys trenta. L'Institut Francès de la Premsa (IFP) i la consolidació de la recerca comunicativa francesa. El sorgiment dels centres de recerca en comunicació. Tendències fonamentals de la recerca comunicativa francesa (1960-1986). 3. La recerca comunicativa a Itàlia: orígens i desenvolupament de la recerca durant el feixisme. Consolidació de la recerca durant la postguerra. La creació dels centres de recerca. Línies de recerca més rellevants (1960-1986). 4. Gran Bretanya: els anys seixanta i el sorgiment de la recerca comunicativa. Tendències més rellevants de la recerca comunicativa (1960-1986).

#### Llicé 14. MARXISME I ANÀLISI DE LA COMUNICACIÓ I DE LA CULTURA CONTEMPORÀNIA: L'ESCOLA DE FRANKFURT.

1. Marxisme i anàlisi de la comunicació i de la cultura: els precedents. 2. L'Escola de Frankfurt i la formació de la Teoria Social Crítica. 3. Walter Benjamin i les primeres reflexions sobre els nous mitjans de comunicació (el cinema, el disc, la fotografia, la radiodifusió). 4. L'experiència acadèmica de Max Horkheimer i Theodor W. Adorno als Estats Units: l'enfrontament amb el funcionalisme i la «Mass Communication Research». La polèmica Adorno-Lazarsfeld. 5. La crítica a la Indústria de la Cultura: com entendre l'acció cultural dels mass media en el capitalisme avançat? 6. Herbert Marcuse: diagnòstic sobre la cultura contemporània mitjançant un replantament de l'obra d'en Sigmund Freud: Èros i Civilització. 7. Herbert Marcuse: Unidimensionalitat, comunicació pública i tancament de l'univers polític i de l'univers del discurs. 8. L'Escola de

Frankfurt: esgotament de les seves propostes i influència sobre les actuals manifestacions del marxisme.

#### Llicé 15. L'ANÀLISI DE LES AUDIÈNCIES I DELS EFECTES A EUROPA.

1. Aportacions de la psicologia social a la descripció i coneixement de les audiències. 2. Influència de la «Mass Communication Research» en la recerca europea. 3. Creació dels centres de recerca comunicativa i inicis de l'anàlisi de les audiències. 4. L'incorporació de la Gran Bretanya a la recerca comunicativa: un canvi de rumb respecte a la tradició nordamericana: La Teoria dels usos i de les gratificacions. 5. Vers una refutació parcial de la llei dels minims efectes nordamericana: Jay G. Blumler, Denis McQuail i Elisabeth Noelle-Neumann. Una nova consideració dels efectes cognitius dels mitjans de comunicació. 6. Els mitjans de comunicació com a constructors de la realitat social. 7. Cap a un replantament de l'opinió pública.

#### Llicé 16. L'ANÀLISI DE CONTINGUT.

1. L'anàlisi hermenèutica. 2. Desenvolupament de l'anàlisi de contingut a França. 3. La semiòtica com a contrapunt de la sociologia. Les innovacions de la semiòtica en l'anàlisi del contingut dels missatges.

### QUARTA PART: LA CULTURA DE MASSES. DEFINICIÓ I POLÈMICA.

#### Llicé 17. ELEMENTS PER UNA DEFINICIÓ DE LA CULTURA DE MASSES.

1. Cultura i nivells de cultura. 2. La societat industrial i les transformacions culturals. 3. Definició de les nocions de «Cultura de Masses» i «Indústria de la Cultura».

#### Llicé 18. LES PRIMERES EXPERIÈNCIES HISTÒRIQUES EN LA FORMACIÓ DE LA CULTURA DE MASSES.

1. La cultura de masses a Alemanya: Des de la República de Weimar fins al Nacionalsocialisme. 2. La nova cultura de l'Estat proletari: l'experiència de la Unió Soviètica (1918-1927). 3. La «Popular Culture» nordamericana: la cultura de masses com a primera manifestació d'una cultura popular compartida pels nordamericans. 4. Causes històriques de l'hegemonia de la cultura de masses nordamericana.

#### Llicé 19. LA POLÈMICA ENTORN LA CULTURA DE MASSES.

1. La Teoria de la Societat de Masses i els precedents de la polèmica. 2. Presentació de la polèmica. 3. El concepte de «Indústria de la cultura»: M. Horkheimer, Th. W. Adorno, E. Morin. 4. Dwight Macdonald o la crítica nordamericana. 5. L'impacte de les innovacions tecnològiques en els gustos culturals i estètics de la classe mitja. 6. La Unidimensionalitat de la Indústria de la cultura. 7. Raons per una defensa: cultura de masses i societat industrial. 8. Cultura de masses i superació de la lluita de classes. 9. Edward Shils o la defensa de la cultura de masses. 10. Daniel Bell o la diversificació de la producció cultural: cap a una nova forma d'avaluar la cultura en el segle XX.

### CINQUENA PART: ELEMENTS PER UN ESBOS DE LA SOCIETAT POST-INDUSTRIAL I DE LA SOCIETAT DE LA INFORMACIÓ.

#### Llicé 20. LA SOCIETAT POST-INDUSTRIAL.

1. Sorgiment d'aquest concepte: R. Aron, D. Bell. 2. Característiques bàsiques de la societat post-industrial. 3. L'esfera política en la societat post-industrial. 4. L'esfera econòmica en la societat post-industrial. 5. La ciència en la societat post-industrial. 6. La cultura en la societat post-industrial. 7. El debat entre modernitat i post-modernitat.

## Lliçó 21. LA SOCIETAT DE LA INFORMACIÓ.

1. Surgiment d'aquest concepte. 2. Definició de la Societat de la informació. 3. Noves tecnologies i transformació de l'estatut de la informació. 4. Noves tecnologies i transformació de la professió periodística i de les seves rutines. 5. L'impacte de les innovacions tecnològiques en la comunicació pública i la cultura contemporània. 6. Noves tecnologies i polítiques de comunicació.

### APÈNDIX

#### Lliçó 22. LA RECERCA COMUNICATIVA A L'ESTAT ESPANYOL.

1. Índicis de l'ensenyament del periodisme a l'Estat Espanyol. 2. La professió periodística i l'ensenyament del periodisme durant el franquisme: períodes feixista i autoritari, la doctrina espanyola de la informació, la creació de les escoles de l'església. 3. La creació de les facultats de ciències de la informació. 4. Línies de recerca més característiques actualment en l'Estat Espanyol. 5. La producció editorial espanyola en aquest sector de les ciències socials.

### BIBLIOGRAFIA.

#### Lliçó 1.

McQUAIL, Denis. Introducció a la teoria de la comunicació de masses. Paidós, Barcelona, 1981.

MORAGAS, Miquel de. Teorías de la Comunicación. Gustavo Gili, Barcelona, 1981.

SCHRAMM, Wilbur (ed.). La ciencia de la comunicación humana. Grijalbo, México D.F., 1982.

#### Lliçó 2.

MERTON, Robert K. Teoría social y estructura social. P.C.E., México D.F., 1972.

SAPERAS, Enric. La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos. Ediciones Ariel, Barcelona, 1985.

SCHRAMM, Wilbur (ed.), op. cit. 1982. Veg.: SCHRAMM, V. "La investigación acerca de la comunicación en los Estados Unidos".

#### Lliçó 3.

MORAGAS, Miquel de. op. cit. 1981.

PRÄKKE, H. & VV. AA. Comunicación social. Introducción a la publicística funcional. Akal, Madrid, 1977.

#### Lliçó 4.

SAPERAS, Enric, op. cit. 1985.

#### Lliçó 5.

MERTON, Robert K., op. cit. 1972.

MORAGAS, Miquel de (ed.) Sociología de la comunicación de masas. Gustavo Gili, Barcelona, Nova edició ampliada; 1985. Veg.: II Volum (Estructura, funciones y efectos): LASSWELL, H. D., "Estructura y función de la comunicación en la sociedad", pp. 50 i ss.; WRIGHT, Ch. R., "Análisis funcional y comunicación de masas", pp. 69 i ss.; LAZARSFELD, P. F. & MERTON, R. K., "Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada", pp. 22 y ss.

SAPERAS, Enric, op. cit. 1985.

#### Lliçó 6.

McQUAIL, Denis, op. cit. 1985.

SAPERAS, Enric, op. cit. 1985.

"Tractament periodístic de la polemica País Valencià/ Regne de València a la premsa valenciana." A ANNALS, Universitat Catalana d'Estiu, nº 2, Barcelona.

SCHRAMM, Wilbur (ed.) op. cit. 1982. Veg.: OSGOOD, Ch. "Una exploración en el espacio semántico", pp. 33 i ss.

#### Lliçó 7.

McQUAIL, Denis, op. cit. 1985.

SAPERAS, Enric, op. cit. 1985.

SCHRAMM, Wilbur, op. cit. 1982. Veg.: LAZARSFELD, P. F. & MENZEL, H. "Medios de comunicación e influencia personal".

#### Lliçó 8.

KLAPPER, Joseph Thomas. Los efectos de la comunicación de masas. Aguilar, Madrid, 1974.

SAPERAS, Enric, op. cit. 1985.

SCHRAMM, Wilbur (ed.), op. cit. 1982. Veg.: FESTINGER, L. "Teoría de la disonancia cognoscitiva", pp. 21 i ss.; MACCOBY, N. "La nueva retórica científica", pp. 49 i ss.; JAMIS, I. L. "La personalidad como factor de susceptibilidad a la persuasión", pp. 69; KLAPPER, J. T., "Los efectos sociales de la comunicación de masas".

#### Lliçó 9.

SAPERAS, Enric. "Notas sobre la reciente investigación en torno a los efectos de la comunicación de masas: 1970-1985". Text mecanografiat, de propera aparició a Ediciones Ariel.

#### Lliçó 10.

SAPERAS, Enric, op. cit. 1985.

YOUNG, Kimball. Psicología social de la opinión pública y de los medios de comunicación. Paidós, Buenos Aires, 1969.

YOUNG, K. & VV. AA. La opinión pública y la propaganda. Paidós, Buenos Aires, 1967.

#### Lliçó 11.

McLUHAN, Marshall. La comprensión de los medios como las extensiones del hombre. Editorial Diana, México, 1972.

- La Galaxia Gutenberg. Edicions 62, Barcelona, 1973.

#### Lliçó 12.

SAPERAS, Enric, op. cit. 1985.

SCHILLER, Herbert I. Los manipuladores de cerebros. Gránica, Buenos Aires, 1974.

- El imperialismo USA y la comunicación de masas. Akal, Madrid, 1977.

#### Lliçó 13.

MORAGAS, Miquel de. op. cit. 1981.

#### Lliçó 14.

SAPERAS, Enric. "Poder i mitjans de comunicació de masses: L'Escola de Frankfurt.", ANALISI, Dept. de Teoria de la Comunicació, nº 1, Juny, 1980.

MORAGAS, Miquel de (ed.), op. cit. 1985. Veg.: SAPERAS, Enric, "Comunicación y anticipación utópica: contribuciones de la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt a la sociología de la comunicación". (Vol. I, escuelas y autores), pp. 163 y ss.

#### Lliçó 15.

SAPERAS, Enric. "Notas sobre la reciente investigación en torno a los efectos de la comunicación de masas (1970-1985)". Text mecanografiat, de propera aparició a Ediciones Ariel, Barcelona.

#### Lliçó 16.

MORAGAS, Miquel de. op. cit. 1981.

#### Lliçó 17.

ELIOT, T. S. Notas para la definición de la cultura. Bruguera, Colección Libro Amigo/Emecé, Barcelona, 1983.

SAPERAS, Enric. op. cit. 1985.

Llic. 18.

ROSITI, Franco. Historia y teoría de la cultura de masas. Gustavo Gili. Barcelona, 1982.

SAPERAS, Enric. op. cit. 1985.

SWINGWOOD, Alan. El mito de la cultura de masas. Premsa editora de libros. México, D.F., 1979.

Llic. 19.

ECD, Umberto. Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas. Lumen, Barcelona, 1977.

MORIN, Edgar. El Espíritu del Tiempo. Taurus. Madrid. 1966.

SAPERAS, Enric. op. cit. 1985.

VV. AA. Industria de la cultura y sociedad de masas. Monte Avila Editores. Caracas, 1974.

Llic. 20.

BELL, Daniel. El advenimiento de la sociedad post-industrial. Ed.

Alianza. Colección Alianza Universidad, Madrid, 1981.

- Las contradicciones culturales del capitalismo. Ed. Alianza.

Colección Alianza Universidad. Madrid. 1982.

Llic. 21.

MORAGAS, Miquel de (ed.). op. cit. 1985. veg.: BELL, Daniel, "La telecomunicación y el cambio social", pp. 34 i ss.; RICHERI, Giuseppe, "Nuevas tecnologías e investigaciones sobre la comunicación de masas.", pp. 56 i ss.; MATELLART, Armand & PIERRE, Jean-Marie. "Veintitrés notas para un debate político sobre comunicación", pp. 81.; BUSTAMANTE, Enrique, "Políticas de comunicación: un reto actual", pp. 125 i ss.

Examen final: (i) dos examens parcials sense recuperació a realitzar el curs i un treball. Per realitzar el treball els alumnes hauran d'agrupar-se en grups de tres o quatre persones que triaran entre un dels tres itineraris de lectura que el professor proposa pel curs 1986-7. Cada grup farà un treball (extensió opcional) en el que hom exposarà els criteris de discussió que cada itinerari ha meregut al grup de treball, avaluarà els continguts de les obres llegides i expressarà l'opinió del grup sobre la temàtica general plantejada a l'itinerari.

Itineraris de lectura:

Itinerari 1er.: Innovació tecnològica. Impacte social, polític, econòmic i cultural: (i) Daniel Bell, El advenimiento de la sociedad postindustrial. Alianza Editorial, Alianza Universidad, Madrid, 1980; (ii) P. A. Mécier, F. Plassard, V. Scardigli, La sociedad digital. Ariel, Barcelona, 1985. (iii) Josep Gifreu, Comunicació, llengua i cultura a Catalunya, horitzó 1990. Institut d'Estudis Catalans, Barcelona, 1986.

Itinerari 2on.: El debat sobre la cultura de masses. (i) VV. AA.

Industria cultural y sociedad de masas, Monte Avila Editores. Caracas, 1984; (ii) Th. W. Adorno, Bajo el signo de los astros, Ed. Laia. Barcelona 1986; (iii) Edgar Morin, El Espíritu del Tiempo. Taurus, Madrid, 1966.

Itinerari 3er.: El debat modernitat/postmodernitat: (i) Angel Castañeira, Àmbits de la postmodernitat, Columna, Barcelona, 1986; (ii) Jean-François Lyotard, La condición postmoderna, Càtedra, Madrid, 1984; (iii) Antoni Tàpies, Per un art modern i progressista, Empúries, Barcelona, 1985; VV. AA. La posmodernidad. Kairós. Barcelona, 1985 (lectura opcional).

(Data d'entrega: primer dia de classe després de Setmana Santa).