

PROF: TERESA VELÁZQUEZ GARCÍA-TALavera

DEPARTAMENT DE PERIODISME

Llic. en Filosofia i Lletres

(Filologia Hispànica), UB. 1974.

LLic. en Ciències de la Informació

(Secció Periodisme), UAB. 1976.

TREBALLS DE RECERCA O DE SÍNTESI SIGNIFICATIUS

1. Lenguaje televisivo desde la perspectiva lingüística. Textual. Un Caso concreto: la entrevista. Bellaterra. Facultat CC de la Informació. UAB. 1982.
2. "Presentación y representación en lo cotidiano". *Estudios Semióticos*. núm. 13/14, 1988. (en premsa).
3. VELÁZQUEZ Teresa, i FONTCUBERTA, Mar: "La interpretación en la noticia periodística. Modelo de análisis", en *Metodología del Análisis de prensa*. El País, Encuentros de la Casa Velázquez, Madrid, 1987. 91-101.

OBJECTIU DE L'ASSIGNATURA

L'objectiu de l'assignatura és proporcionar als alumnes els fonaments de la Teoria de la comunicació, a la vegada que tracta d'estudiar les aportacions que rep aquesta de les diferents ciències.

TEMARI

PART INTRODUCTÒRIA.

1. *Epistemologia i treball científic.*
El coneixement científic. Les diferents formes de coneixement: religió, filosofia, ideologia, etc. El procediment científic: observació, descripció, anàlisi, explicació i predicció. Model, teoria, disciplina, objecte, discurs. La pràctica científica.
2. *L'estudi de la comunicació en el marc de les disciplines científiques.*
Ciència o Ciències de la Comunicació: La comunicació com a objecte d'estudi i com a model. Teoria o teories de la comunicació. Pluridisciplinarietat, interdisciplinarietat, transdisciplinarietat. Teoria de la comunicació i teoria de la informació. La comunicació de masses com a discurs social.
3. *Investigació i estudi de la comunicació de masses.*
Diferents etapes en la investigació de la comunicació de masses als Estats Units de Nord-amèrica. Diferents etapes de la investigació i estudi de la comunicació de masses a Europa. Investigació i estudi de la comunicació de masses a l'Estat Espanyol i a Catalunya.

PART I.: Desenvolupament de la teoria de la comunicació.

4. *Els models de la teoria de la comunicació.*
Lasswell: Estructura i funció de la comunicació. Shannon: Els conceptes fonamentals de la Teoria de la Informació. Schramm: La Communication Research. Moles: La sòcio-dinàmica de la cultura.

5. *El funcionalisme.*
Fonaments ideològics i epistemològics. Funció i disfunció. Estructura i funcions de la comunicació de masses. El desenvolupament de l'anàlisi funcional.
6. *L'anàlisi de contingut.*
Orígens de l'anàlisi de contingut. Tècniques de l'anàlisi de contingut. Desenvolupament de l'anàlisi de contingut. L'anàlisi de contingut i l'anàlisi semiòtica.
7. *Les audiències.*
L'estudi de les audiències. Definició i delimitació de conceptes. La influència personal i el líder d'opinió. La psicologia social i la comunicació. Actitud i opinió.
8. *Teoria dels efectes.*
Orígens de l'estudi dels efectes. Efectes sobre el comportament:
a) La teoria hipodèrmica. b) Els dos graons de la comunicació. c) La teoria dels usos i gratificacions. Efectes sobre el coneixement: a) Canvi d'orientació de l'estudi dels efectes. b) L'"Agenda-Setting Function". c) La tematització. d) La "Gap Hypothesis". e) La informació com a "Construcció de la Realitat Social".
9. *L'opinió pública.*
Definició de l'opinió pública. El procés de formació de l'opinió pública. Funcions de l'opinió pública a la societat contemporània.
10. *La cultura de masses.*
Definició del concepte "cultura de masses". L'Escola de Frankfurt: orígens i característiques de la teoria crítica. El concepte de "indústria de la cultura": estandardització i homogeneïtzació. Unidimensionalitat. La defensa de la cultura de masses. Crítica de l'economia política de la comunicació. Els condicionaments econòmics. L'imperialisme cultural. L'impacte social de les noves tecnologies: la comunicació i la cultura contemporànies. Noves tecnologies i polítiques de comunicació.
11. *Semiòtica i comunicació.*
Els fonaments de la semiòtica contemporània. Les tradicions europea i nord-americana. El desenvolupament actual de la semiòtica. L'anàlisi semiòtica: semàntica, sintaxi i pragmàtica. Signe, discurs, text. Sistemes de denotació y connotació. L'anàlisi textual. La semiòtica de la comunicació de masses. La semiòtica dels discursos de la comunicació de masses.

PART II.: La comunicació de masses com a fenomen global.

12. *L'estudi del "QUI".*
Definició i delimitació del "QUI". Subjecte de la comunicació?. Els actors productors i creadors de comunicació: intenció comunicativa, generació d'opinió, propaganda i informació. El context i marc del QUI. Les rutines professionals. L'ús de les funcions i efectes de la comunicació per part del "QUI". Intervenció en l'assentament de la memòria col·lectiva i social. L'establiment de les regles textuals.
13. *L'estudi del "QUÈ".*
Definició i delimitació del "QUÈ". Objecte de la comunicació?. Funcions i efectes de la comunicació en relació al missatge. La pragmàtica de la comunicació: context, marc i situació. Els

missatges com a formes d'expressió. Retòrica, persuasió i estils dels missatges. Textualitat dels missatges i la seva intertextualitat.

14. *L'estudi del "CANAL"*.

Els canals com a instruments tècnics. La influència del mitjà amb relació a la producció i recepció del missatge. Les noves tecnologies i els canals de comunicació.

15. *L'estudi del "A QUI"*.

Definició i delimitació del "A QUI". Destinatari i subjecte indirecte de la comunicació?. La pragmàtica de la recepció: ús i consum de la comunicació. El procés d'inferència. Funcions i efectes de la comunicació en relació al "A QUI".

BIBLIOGRAFIA RECOMANADA

AA.DD.: *Industria de la cultura y sociedad de masas*. Caracas, Monte Avila, 1969.

AA.DD.: *Los efectos de la comunicación de masas*. Buenos Aires, Jorge Alvarez, 1969.

BARDIN, L.: *El análisis de contenido*. Madrid, Akal, 1986.

BARTHES, R.: "Elementos de semiología" en AA.DD.: *La semiología*. Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo, 1976.

BERRIO, J.: *Teoría social de la persuasión*. Barcelona, Mitre, 1983.

BETCH, H. i PROSS, H.: *Introducción a la ciencia de la comunicación*. Barcelona, Anthropolos, 1987.

BÜCKELMANN, F.: *Formación y funciones sociales de la opinión pública*. Barcelona, Gustavo Gili, 1983.

CASSETTI, F.: *Introducción a la semiótica*. Barcelona, Fontanella, 1980.

DE FLEUR, M.L. i BALL-ROKEACH, S.J.: *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós Ibérica, 1982.

ECO, U.: *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*. Barcelona, Lumen, 1977.

ECO, U.: *Signo*. Barcelona, Labor, 1976.

GUBERN, R.: *El simio informatizado*. Madrid, Fundesco, 1987.

GUIRAUD, P.: *La semiología*. México, Siglo XXI, 7a ed. 1979.

HABERMAS, J.: *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona, Gustavo Gili, 1981.

KIENTZ, A.: *Los efectos de la comunicación de masas*. València, Fernando Torres, 1974.

KLAPPER, J.T.: *Efectos de la comunicación de masas*. Madrid, Aguilar, 1974.

KNAPP, M.L.: *La comunicación verbal*. Barcelona, Paidós Ibérica, 1982.

MALETZKE, G.: *Sociología de la comunicación colectiva*. Quito, Ciespal, 1970.

McLUHAN, M.: *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*. México, Diana, 1972.

McLUHAN, M.: *La Galàxia de Gutemberg. La formació de l'home tipogràfic*. Barcelona, Edicions 62, 1973.

McQUAIL, D.: *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós Ibérica, 1985.

MOLES, A.: *La comunicación y los mass media*. Bilbao, El Mensajero, 1973.

MORAGAS I SPA, M. de (ed.): *Sociología de la comunicación de masas. I. Escuelas y autores*. Barcelona, Gustavo Gili, 1985.

- MORAGAS I SPA, M. de (ed.): *Sociología de la comunicación de masas. II. Estructuras funciones y efectos*. Barcelona, Gustavo Gili, 1985.
- MORAGAS I SPA, M. de (ed.): *Sociología de la comunicación de masas. III. Propaganda política y opinión pública*. Barcelona, Gustavo Gili, 1985.
- MORAGAS I SPA, M. de (ed.): *Sociología de la comunicación de masas. IV. Nuevos problemas y transformación tecnológica*. Barcelona, Gustavo Gili, 1985.
- MORAGAS I SPA, M. de : *Semiótica de la comunicación de masas*. Barcelona, Península, 1982.
- MORAGAS I SPA, M. de : *Teorías de la comunicación*. Barcelona, Gustavo Gili, 1981.
- MORÍN, E.: *El espíritu del tiempo*. Madrid, Taurus, 1966.
- MORRIS, Ch.: *Fundamentos de la teoría de los signos*. Barcelona, Paidós Ibérica, 1985.
- PASQUALI, A.: *Comprender la comunicación*. Caracas, Monte Avila, 1978.
- PÉREZ TORNERO, J.M.: *Semiótica de la publicidad*. Barcelona, Mitre, 1982.
- ROSITI, F.: *Historia y teoría de la cultura de masas*. Barcelona, Gustavo Gili, 1980.
- SAPERAS, E.: *La sociología de la comunicación de masas en los EE.UU.* Barcelona, Ariel, 1985.
- SAPERAS, E.: *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Barcelona, Ariel, 1987.
- SCHRAMM, W.: *La ciencia de la comunicación humana*. México, Grijalbo, 1982.
- SERRANO, S.: *La semiótica. Una introducción a la teoría de los signos*. Barcelona, Montesinos, 1981.
- SHANNON, C.E. i WRAVER: *La teoría matemática de la comunicación*. Madrid, Forja, 1981.
- SCHILLER, H.I.: *La comunicación de masas e imperialismo yanqui*. Barcelona, Gustavo Gili, 1977.
- SCHILLER, H.I.: *Los manipuladores de cerebros*. Barcelona, Gedisa, 1979.
- SMITH, A.: *Goodbye Gutenberg. La revolución del periodismo electrónico*. Barcelona, Gustavo Gili, 1983.
- TARDE, G.: *La opinión y la multitud*. Madrid, Taurus, 1986.
- VAN DIJK, T.A.: *Estructuras y funciones del discurso*. México, Siglo XXI, 1980.
- VAN DIJK, T.A.: *La ciencia del texto*. Barcelona, Paidós Ibérica, 1983.
- VELÁZQUEZ, T.: *El lenguaje televisivo desde la perspectiva lingüística textual. Un caso concreto: la entrevista*. Bellaterra, Fac. CC.I, UAB.
- VELÁZQUEZ, T.: "Presentación y representación en lo cotidiano." en *Estudios semióticos*, núm. 13-14.
- VELÁZQUEZ, T. i FONTCUBERTA, Mar: "La interpretación en la noticia periodística" en *Método lógico del análisis de prensa*. El País, Encuentros de la Casa de Velázquez, Madrid, Casa de Velázquez, 1987.
- WOLF, M.: *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós Ibérica, 1987.

AVALUACIÓ

Dos exàmens trimestrals: el primer al mes de gener i el segon al mes de maig. Un examen final. Un treball de curs obligatori.