

PROF: ENRIC SAPERAS I LAPIEDRA  
Llic. en CC de la Informació, 1980.  
Dr. en CC de la Informació, 1984.

DEPARTAMENT DE PERIODISME.

TREBALLS DE RECERCA O DE SÍNTESI SIGNIFICATIUS.

1. *La sociologia de la comunicació de masas en los Estados Unidos. Una introducción crítica.* Barcelona, Ariel, 1985.
2. *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas.* Barcelona, Ariel, 1987.
3. *Manual i terminologia de la comunicació.* (Juntament amb BERRIO, Jordi). València, Edicions 3 i 4 i Servei de Publicacions de la UAB, (en premsa).

OBJECTIU DE L'ASSIGNATURA.

Introducció a les grans línies de recerca internacional en el sector de les ciències socials orientades vers l'estudi de la comunicació social. L'assignatura s'estructura en quatre grans apartats o sectors: la recerca nord-americana, la recerca europea, la reflexió entorn de la indústria de la cultura i del seu impacte sobre el consum cultural en els països industrialitzats i la descripció de la societat postindustrial.

TEMARI

PART I. Definició de la teoria de la comunicació. Inicis de la recerca comunicativa.

1. *L'estudi de la comunicació en el marc de les disciplines científiques. Definició i objecte d'estudi de la teoria de la comunicació.*
  - 1.1 L'objecte d'estudi de la Teoria de la comunicació: cap a una delimitació científica.
  - 1.2 Marc històric i acadèmic en que sorgí la Teoria de la Comunicació.
  - 1.3 Teoria, o teories de la comunicació? Les nocions de pluridisciplinarietat, interdisciplinarietat i transdisciplinarietat.
  - 1.4 La recerca comunicativa i la teoria de la comunicació com el resultat d'un recurs pluridisciplinari.
  - 1.5 Definició de la Teoria de la comunicació.
2. *El procés de formació de la recerca comunicativa als Estats Units: la "mass media research".*
  - 2.1 L'àmbit acadèmic nord-americà a principis del segle XX.
  - 2.2 Característiques del sistema comunicatiu nord-americà com a sistema comercial.
  - 2.3 El sorgiment de les fonts de finançament de la recerca sobre la comunicació de masses: els media audiovisuals, el sistema polític liberal, l'administració pública, les fundacions privades i l'exèrcit.
  - 2.4 El concepte d'"Investigació Administrada".
  - 2.5 Estructura i organització de la "Mass Communication Research": el recurs a la pluridisciplinarietat.

2.6 Els "pares" fundadors de la recerca comunicativa nordamericana (Robert Ezra Park, Harold D. Lasswell, Paul F. Lazarsfeld, Kurt Lewin, Carl Inver Hovland). 2.7 La contraposició entre teoria i mètode en la recerca nordamericana. 2.8 La recerca comunicativa en el marc social, econòmic, polític i militar dels Estats Units.

3. *El procés de formació de la recerca comunicativa a Europa: de la ciència del periodisme a la Teoria de la Comunicació.*
  - 3.1 Els inicis de la recerca comunicativa a les universitats de llengua alemanya: de la "Zeitungskunde" a la "Zeitungswissenschaft".
  - 3.2 Aportacions de la sociologia europea a l'estudi del periodisme i de l'opinió pública: Max Weber i la seva proposta d'una "Zeitungsweisen"; Ferdinand Tönnies, la premsa i l'opinió pública com a factors característics de la "Gessellschaft" (Associació).
  - 3.3 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 masses.
  - 3.4 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.
  - 3.5 El recurs a la pluridisciplinarietat: Alemanya, França i Itàlia.
  - 3.6 Teoria i mètode en la recerca europea.
  - 3.7 Influència europea en la "Mass Communication Research".
  - 3.8 Influència de la "Mass Communication Research" en la recerca europea.

PART II. La "Mass communication research".

4. *El paradigma de Lasswell: Des de quina perspectiva estudiar la comunicació de masses?*
  - 4.1 La noció de paradigma. La noció de model. Tipologia dels models: icònic-analògic, icònic-no-analògic i conceptual-analògic.
  - 4.2 La personalitat acadèmica d'en Harold D. Lasswell: comunicació pública i persuasió.
  - 4.3 L'influència de la "retòrica" d'Aristòtil en la formació del Paradigma de Lasswell: els mitjans de comunicació com a instruments d'una nova retòrica massiva.
  - 4.4 La comunicació com a acte. Els components de l'acte de comunicació.
  - 4.5 El Paradigma de Lasswell i l'estabilització de la recerca comunicativa nordamericana.
  - 4.6 El desequilibri en el desenvolupament disciplinari del Paradigma de Lasswell: les fonts de finançament i la fonamentació conductista del paradigma.
5. *L'Estudi de les funcions de la Comunicació de masses.*
  - 5.1 Funció i disfunció.
  - 5.2 Les funcions de la comunicació de masses: Harold D. Lasswell. El desenvolupament de l'anàlisi funcional de la comunicació de masses: Charles R. Wright, Paul F. Lazarsfeld, Robert K. Merton.
6. *L'Anàlisi.*
  - 6.1 Els inicis de l'anàlisi de contingut: la propaganda política com a objecte d'estudi.
  - 6.2 L'estudi de la comunicació recomanada: missatge, media i persuasió.
  - 6.3 Codificació i quantificació de les tècniques d'anàlisi orientades vers l'estudi del contingut.
  - 6.4 Les fonts de finançament interessades en l'anàlisi

de contingut i la seva incidència en l'evolució de la metodologia de recerca. 6.5 L'anàlisi objectiu, quantitatiu i sistemàtic de la comunicació manifesta: Bernard Berelson. 6.6 Els desenvolupaments posteriors de l'anàlisi de contingut: les tècniques de la semàntica diferencial.

7. *L'anàlisi de les audiències.*

7.1 Els inicis de l'anàlisi de les audiències. 7.2 Les fonts de finançament d'aquesta modalitat d'anàlisi comunicativa. 7.3 Els receptors de la comunicació pública: massa, públic o audiència? 7.4 *The People's Choice* o el redescobriments del grup social primari en el seu rol comunicatiu. 7.5 La influència personal i el líder d'opinió. 7.6 Els dos graus de la comunicació. 7.7 Actitud i opinió. Les aportacions de la psicologia social.

8. *L'anàlisi dels efectes (I): Els efectes sobre el comportament.*

8.1 Els inicis de la recerca sobre els efectes. 8.2 Les fonts de finançament interessades en aquesta modalitat d'anàlisi comunicativa. 8.3 Procés de comunicació i efecte: estimul, impacte i efecte. 8.4 La teoria hipodèrmica. 8.5 La teoria situacional o fenomènica dels efectes. 8.6 Consideració de la situació extracomunicativa i de les causes cooperants. 8.7 Consideració dels factors intermediaris entre el comunicador i l'audiència. 8.8 Predisposicions i actituds prèvies: l'efecte de la comunicació com a reforçament. 8.9 El canvi d'opinió: definició, incidència de la personalitat com a factor de susceptibilitat persuasiva i la dissonància cognitiva. 8.10 Efecte i ordenació del contingut del missatge. 8.11 Efectes i credibilitat del comunicador.

9. *L'anàlisi dels efectes (II): Els efectes sobre el coneixement.*

9.1 Els moderns avenços en la recerca sobre els efectes de la comunicació de masses: els efectes cognitius. 9.2 Canvi de perspectiva de la recerca: de l'avaluació del comportament a l'avaluació del coneixement. 9.3 Relleu d'aquest canvi de perspectiva: vers la refutació de la Llei dels Mínims Efectes. 9.4 L'"Agenda-setting Function of Mass Communication". 9.5 La "Gap Hypothesis".

10. *L'estudi de l'opinió pública.*

10.1 La definició de l'opinió pública en la filosofia social liberal. 10.2 La definició de l'opinió pública segons la "Mass Communication Research". 10.3 El procés de formació de l'opinió pública. 10.4 Les funcions de l'opinió pública en una societat democràtica.

11. *Marshall McLuhan: Un cas aïllat.*

11.1 La personalitat humana i acadèmica d'en McLuhan. 11.2 La concepció sòcio-antropològica de McLuhan entorn l'evolució comunicativa i cultural de la humanitat. 11.3 Tipologia dels mitjans. 11.4 El formalisme d'en McLuhan: el mitjà és el missatge. 11.5 McLuhan: un investigador sense continuïtat?

12. *La crisi de la "Mass Communication Research": Herbert i Schiller o la crítica a l'imperialisme comunicatiu i cultural ianqui.*

12.1 La noció d'imperialisme comunicatiu i cultural. 12.2 Crítica a la recerca administrada com a instrument imperial. 12.3 Els mites de la comunicació de masses als Estats Units. 12.4 El

complex industrial-militar nordamericà i la seva incidència en el sistema comunicatiu. 12.5 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.

PART III. La recerca comunicativa a l'Europa occidental.

13. *Esbós general de la recerca comunicativa a Europa.*

13.1 La recerca comunicativa a Alemanya i a la República Federal d'Alemanya: orígens i desenvolupament de la "Zeitungswissenschaft" i la "Publizistikwissenschaft". Publicística sistemàtica i publicística funcional. 13.2 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).

13.3 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). 13.4 Gran Bretanya: els anys seixanta i el sorgiment de la recerca comunicativa. Tendències més rellevants de la recerca comunicativa (1960-1986).

14. *Marxisme i anàlisi de la comunicació i de la cultura contemporània: L'Escola de Frankfurt.*

14.1 Marxisme i anàlisi de la comunicació i de la cultura: els precedents. 14.2 L'Escola de Frankfurt i la formació de la Teoria Social Crítica. 14.3 Walter Benjamin i les primeres reflexions sobre els nous mitjans de comunicació (el cinema, el disc, la fotografia, la radiodifusió). 14.4 L'experiència acadèmica de Max Horkheimer i Theodor Wiessengrund Adorno als Estats Units: l'enfrontament amb el funcionalisme i la "Mass Communication Research". La política Adorno-Lazarsfeld. 14.5 La crítica a la Indústria de la Cultura: com entendre l'acció cultural dels mass media en el capitalisme avançat? 14.6 Herbert Marcuse: diagnòstic sobre la cultura contemporània mitjançant un replantejament de l'obra de Sigmund Freud: *Eros i Civilització*. 14.7 Herbert Marcuse: Unidimensionalitat, comunicació pública i tancament de l'univers polític i de l'univers del discurs. 14.8 L'Escola de Frankfurt: esgotament de les seves propostes i influència sobre les actuals manifestacions del marxisme.

15. *L'anàlisi de les audiències i dels efectes a Europa.*

15.1 Aportacions de la psicologia social a la descripció i coneixement de les audiències. 15.2 Influència de la "Mass Communication Research" en la recerca europea. 15.3 Creació dels centres de recerca comunicativa i inicis de l'anàlisi de les audiències. 15.4 L'incorporació de la Gran Bretanya a la recerca comunicativa: un canvi de rumb respecte a la tradició nord-americana: La Teoria dels usos i de les gratificacions. 15.5 Vers una refutació parcial de la Llei dels mínims efectes nordamericana: Jay G. Blumler, Denis McQuail i Elisabeth Noelle-Neumann. Una nova consideració dels efectes cognitius dels mitjans de comunicació. 15.6 Els mitjans de comunicació com a constructors de la realitat social. 15.7 Cap a un replantejament de l'opinió pública.

16. *L'anàlisi de contingut.*  
 16.1 L'anàlisi hemerogràfica. 16.2 Desenvolupament de l'anàlisi de contingut a França. 16.3 La semiòtica com a contrapunt de la sociologia. Les innovacions de la semiòtica en l'anàlisi del contingut dels missatges.

PART IV. La cultura de masses: definició i polèmica.

17. *Elements per una definició de la cultura de masses.*  
 17.1 Cultura i nivells de cultura. 17.2 La societat industrial i les transformacions culturals. 17.3 Definició de les nocions de "Cultura de Masses" i d'"Indústria de Cultura".  
 18. *Les primeres experiències històriques en la formació de la cultura de masses.*  
 18.1 La cultura de masses a Alemanya: Des de la República de Weimar fins al Nacionalsocialisme. 18.2 La nova cultura de l'Estat proletari: l'experiència de la Unió Soviètica (1918-1927). 18.3 La "Popular Culture" nord-americana: la cultura de masses com a primera manifestació d'una cultura popular compartida pels nord-americans. 18.4 Causes històriques de l'hegemonia de la cultura de masses nord-americana.  
 19. *La Polèmica entorn la cultura de masses.*  
 19.1 La Teoria de la Societat de Masses i els precedents de la polèmica. 19.2 Presentació de la polèmica. 19.3 El concepte d'"Indústria de la cultura": M. Horkheimer, Th. W. Adorno, E. Morin. 19.4 Dwight Macdonald o la crítica nord-americana. 19.5 L'impacte de les innovacions tecnològiques en els gustos culturals i estètics de la classe mitja. 19.6 La Unidimensionalitat de la Indústria de la Cultura. 19.7 Raons per una defensa: Cultura de masses i societat industrial. 19.8 Cultura de masses i superació de la lluita de classes. 19.9 Edward Shils o la defensa de la cultura de masses. 19.10 Daniel Bell o la diversificació de la producció cultural: cap a una nova forma d'avaluar la cultura en el segle XX.

PART V. Elements per a un esbós de la societat post-industrial i la societat de la informació.

20. *La societat post industrial.*  
 20.1 Sorgiment d'aquest concepte: R. Aron, D. Bell. 20.2 Característiques bàsiques de la societat post industrial. 20.3 L'esfera política en la societat post industrial. 20.4 L'esfera econòmica en la societat post industrial. 20.5 La ciència en la societat post industrial. 20.6 La cultura en la societat post industrial. 20.7 El debat entre modernitat i post modernitat.  
 21. *La societat de la informació.*  
 21.1 Sorgiment d'aquest concepte. 21.2 Definició de la Societat de la Informació. 21.3 Noves tecnologies i transformació de l'estatut de la informació. 21.4 Noves tecnologies i transformació de la professió periodística i de les seves rutines. 21.5 L'impacte de les innovacions tecnològiques en la comunicació pública i la cultura contemporània. 21.6 Noves tecnologies i polítiques de comunicació.

APÈNDIX

22. *La recerca comunicativa a l'Estat espanyol.*  
 22.1 Inicis de l'ensenyament del periodisme a l'Estat espanyol. 22.2 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. 22.3 La creació de les facultats de CC de la Informació. 22.4 Línies de recerca més característiques actualment en l'Estat espanyol. 22.5 La producció editorial espanyola en aquest sector de les ciències socials.

BIBLIOGRAFIA RECOMANADA.

PART I

- Mac QUAIL, D.: *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós, 1985.  
 MERTON, Robert K.: *Teoría social y estructura social*. Mèxic, F.C.E., 1972.  
 MORAGAS, Miquel de: *Teorías de la comunicación*. Barcelona, Gustavo Gili, 1981.  
 PRAKKE, H. i AA. VV.: *Comunicación social. Introducción a la publicística funcional*. Madrid, Akal, 1977.  
 SAPERAS, Enric: *La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos*. Barcelona, Ariel, 1985.  
 SCHRAMM, W. (ed.): *La ciencia de la comunicación humana*. Barcelona, Grijalbo, 1982. Veg.: SCHRAMM, W.: "La investigación acerca de la comunicación en los Estados Unidos".  
 WOLF, M.: *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós, 1987.

PART II

- KLAPPER, Joseph Thomas: *Los efectos de la comunicación de masas*. Madrid, Aguilar, 1974.  
 MacLUHAN, M.: *La comprensión de los medios como las extensiones de los hombres*. Mèxic, Diana, 1972.  
 MacLUHAN, M.: *La Galaxia Gutenberg*. Barcelona, Edicions 62, 1973.  
 MERTON, Robert K.: *Teoría social y estructura social*. Mèxic, F.C.E., 1972.  
 MacQUAIL, D.: *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós, 1985.  
 MORAGAS, Miquel de: *Sociología de la comunicación de masas. II. Estructura, funciones y efectos*. Barcelona, Gustavo Gili, 1985. Veg.: LASSWELL, H.D.: "Estructura y función de la comunicación en la sociedad"; WRIGHT, Ch.R.: "Análisis funcional y comunicación de masas" i LAZARSPELD, P.F. i MERTON, R.K.: "Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada".

SCHRAMM, W. (ed.): *La ciencia de la comunicación humana*. Barcelona, Grijalbo, 1982. Veg.: OSGOOD, Ch. E.: "Una exploración en el espacio semántico"; LAZARFELD, P.F. i MENZEL, H.: "Medios de comunicación colectiva e influencia personal"; FESTINGER, L.: "Teoría de la disonancia cognoscitiva"; MACCOBY, N.: "La nueva retórica científica"; JANIS, I.L.: "La personalidad como factor de susceptibilidad a la persuasión" i KLAPPER, Joseph Thomas: "Los efectos sociales de la comunicación de masas".

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

SAPERAS, Enric: Tractament periodístic de la polèmica País Valencià/Regne de València a la premsa valenciana, a *ANNALS*, Universitat Catalana d'Estiu, n 2, Barcelona.

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

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

SCHILLER, Herbert I.: *El imperialismo USA y la comunicación de masas*. Madrid, Akal, 1977.

WOLF, M.: *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós, 1987.

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

YOUNG, Kimball i AA. DD.: *La opinión pública y la propaganda*. Buenos Aires, Paidós, 1967.

#### PART III

MORAGAS, Miquel de: *Teorías de la comunicación*. Barcelona, Gustavo Gili, 1981.

MORAGAS, Miquel de: *Sociología de la comunicación de masas. I. Escuelas y autores*. Barcelona, Gustavo Gili, 1985. Veg.: SAPERAS, Enric: "Comunicación y anticipación utópica: contribuciones de la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt a la sociología de la comunicación".

SAPERAS, Enric: Poder i mitjans de comunicació de masses: L'Escola de Frankfurt, Anàlisi, Departament de Teoria de la Comunicació, 1, Juny 1980.

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

#### PART IV:

AA.DD.: *Industria de la cultura y sociedad de masas*. Caracas, Monte Avila, 1974.

BELL, Daniel: *El advenimiento de la sociedad post-industrial*. Madrid, Alianza-Universidad, 1981.

BELL, Daniel: *Las contradicciones culturales del capitalismo*. Madrid, Alianza-Universidad, 1982.

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

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

MORAGAS, Miquel de (ed.): *Sociología de la comunicación de masas. II. Estructura, funciones y efectos*. Barcelona, Gustavo Gili, 1985. Veg.: RICHERI, Giuseppe: "Nuevas tecnologías e investigaciones sobre la comunicación de masas"; MATELLART, Armand i PIEMME, Jean-Marie: "Veintetrés notas para un debate político sobre comunicación" i BUSTAMANTE, Enrique: "Políticas de comunicación: un reto actual".

MORIN, Edgar: *El espíritu del tiempo*. Madrid, Taurus, 1966.

ROSITI, F.: *Historia y teoría de la cultura de Masas*. Barcelona, Gustavo Gili, 1982.

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

SWINGWOOD, Alan: *El mito de la cultura de masas*. Mèxic, Premi a editora de libros, 1979.

#### AVALUACIÓ

Examen i treball optatiu.