

PROF: MANUEL PARÉS I MAICAS
Dr. en Dret,
UAB, 1980.

DEPARTAMENT DE PERIODISME

TREBALLS DE RECERCA O DE SÍNTESI SIGNIFICATIUS:

1. *La televisió a la Catalunya autònoma*. Barcelona, Edicions 62, 1981. (Actuant com a coordinador, amb d'altres autors).
2. *La ideologia regional de la premsa espanyola*. Barcelona, Edicions 62, 1984.
3. *El papel de la información en la educación permanente y en la enseñanza universitaria*. Bellaterra, Universitat Autònoma de Barcelona, 1984.
4. *Spanish bibliography on Mass Communication*, Junt amb Lluís Badia i Izaskun M. Araiko, Facultat de Ciències de la Informació, Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, 1988.

ACTIVITATS PROFESSIONALS SIGNIFICATIVES:

1. Vice-rector d'Extensió Universitària, abril 1980-març 1986.
2. Coordinador general del XIè. Congrés de la International Association for Mass Communication Research (Barcelona, del 24 al 28 de juliol de 1988), sobre el tema "Comunicació social i identitat cultural".
3. Secretari acadèmic de la Facultat de Ciències de la Informació, 1977-79.
4. Coordinador General del XVIè. Congrés de la International Association for Mass Communication Research (Barcelona, 24-28 de juliol de 1988), sobre el tema "Comunicació Social i Identitat Cultural", organitzat per la Facultat.

OBJECTIUS DE L'ASSIGNATURA:

En una primera part es tracta d'estudiar els conceptes generals, principals teories, i, principalment, la interdisciplinarietat de la sociologia de la comunicació social. Tot seguit s'estudia el procés de comunicació social a la llum d'aquesta disciplina i, finalment, s'analitza el concepte i contingut de l'opinió pública, així com d'algunes altres institucions interessants en el marc d'aquesta matèria.

TEMARI

PART I: Sociologia de la comunicació: pluridisciplinarietat i relacions amb la cultura

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

2. *Relacions amb la sociologia*. Massa, home massa, massificació i societat de massa. Multitud. Públic. Grup social: primari i secundari; formal i informal. Paper del canvi social.
3. *Relacions amb la sociolingüística*. La llengua com a instrument de comunicació i de cultura. Concepte i contingut de la sociolingüística. Les llengües en conflicte. Bilingüisme i diglòssia. Sociolingüística i comunicació social.
4. *Relació amb la sociologia política*. El poder. La divisió de poders. La ideologia i els interessos. Els partits polítics. Grups d'interès i grups de pressió.
5. *Les élites dirigents*. Els líders polítics. Els líders d'opinió. Els intel·lectuals. Els professionals de la comunicació. Els ídols socials.
6. *La comunicació política*. Concepte, característiques i funcions. La socialització i la cultura polítiques. Relacions amb la informació, la propaganda, les relacions públiques i la publicitat. Les campanyes electorals.
7. *La política com a espectacle i el paper dels mass media*. El comportament polític del ciutadà i de l'opinió pública. La despolitització.
8. *Relacions amb la psicologia social*. Les actituds, les creences, els prejudicis, els estereotips, els mites i les imatges. L'incidència sobre la comunicació col·lectiva.
9. *Relacions amb l'economia i amb la ciència*. La recerca científica, el progrés tecnològic i la seva aplicació en la indústria de la comunicació. El procés de transnacionalització. La indústria del *hardware* i del *software*. Societat industrial i societat de consum. El consumidor. El paper de la publicitat.
10. *Relacions amb l'antropologia cultural*. Conceptes de cultura. Cultura i civilització. Tipologia sobre la cultura. La cultura i els joves. Política cultural, desenvolupament cultural, planificació cultural i acció cultural. Política cultural i política de comunicació.
11. *La cultura de massa*. Concepte, característiques i tècniques. En funció dels diversos mitjans de comunicació. Apocalíptics i integrats. La cultura de massa i la publicitat. La cultura mosaic. La indústria cultural: creació, producció, distribució i consum. Els efectes de la cultura de massa i de la indústria cultural.

PART II: Sociologia de la comunicació i procés de comunicació.

12. *L'emissor*. Concepte i característiques segons els distints mitjans i formes de comunicació social. Naturalesa jurídica, econòmica, empresarial, tècnica i funcional. Tipologia. Les empreses multimèdia. Les empreses multinacionals.
13. *El receptor individual*. Principals paràmetres sociològics. En funció dels distints mitjans de comunicació.

jans i formes de comunicació. Estudis quantitativs i qualitativs.

14. *L'audiència.*
Concepte, naturalesa i característiques. Segons els mitjans i les formes de comunicació. Estudis qualitativs i quantitativs.
15. *Els efectes de la comunicació i de la cultura de massa.*
Principals teories funcionalistes i crítiques. L'"agenda setting", la tematització i la construcció social de la realitat. El paper de la violència, del sexe, de les pertorbacions psicològiques i físiques, etc.

PART III: L'opinió pública.

16. *Evolució històrica.* Principals corrents teòrics. Interdisciplinarietat i nivells d'anàlisi. Definicions. Institucions semblants.
17. *El públic: característiques sociològiques i camps d'aplicació.*
L'objecte: fet social i tema d'interès general. L'actualitat. Marc territorial i temporal. conflicte d'interessos. Discussió i consens.
18. *Formació d'opinió pública.*
Opinió individual i opinió de grup. Paper de la ideologia i dels interessos. Coneixement i experiència. Mentalitat, creences i actituds. Clima i corrent d'opinió. Racionalitat i irracionalitat. El paper determinant dels mitjans de comunicació. Els líders d'opinió.
19. *Funcions.*
Duració, estabilitat i mutabilitat. Tipologia d'opinions individuals i tipologia de l'opinió pública. Les opinions públiques.
20. *Formes d'expressió.*
Efectes. Imatges, estereotips i prejudicis. Realitat i mite de l'opinió pública. Els sondeigs d'opinió: concepte, característiques, funcions i tipus.

PART IV: Altres temes.

21. *Comunicació i educació:*
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 formes de comunicació de massa al servei de l'ensenyament. Interrelacions entre propaganda i educació. La publicitat i l'educació del consumidor. La funció educativa dels mitjans de comunicació. La pedagogia dels mitjans de comunicació en el sistema educatiu.
22. *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.
23. *La política nacional de comunicació:*
Concepte i característiques. En funció dels diferents models de desenrotllament de les societats. Paper de l'educació, la ciència i la cultura. El paper dels mitjans de comunicació.

Especificitat de cada política nacional de comunicació segons el sistema polític i econòmic. La influència de la comunicació i de la cultura de massa transnacionals. L'acció de la UNESCO en aquests camps.

24. *Una perspectiva sobre el futur de la societat de la comunicació.*
Progrés tecnològic i noves tecnologies. La informatització de la societat. El futur del sistema democràtic. Perspectives futures dels diferents mitjans de comunicació. Els condicionants sobre la informació i el paper de la propaganda. El desenvolupament de la publicitat i de les seves tècniques. El paper creixent de les relacions públiques. La transnacionalització de la comunicació i de la cultura de massa. La pujança de les empreses multimèdia.

BIBLIOGRAFIA RECOMANADA:

OBRES GENERALS

CAPÍTOL 1

- BADURA, Bernhard: *La sociología de la comunicación.* Barcelona, Ariel, 1979.
- BALLE, Francis: *Información y sociedad: antiguos y nuevos desafíos.* Pamplona, Eunsa, 1983.
- BISKY, Lothar: *Crítica de la teoría burguesa de la comunicación de masas.* Madrid, La Torre, 1982.
- CAZENEUVE, Jean: *La sociedad de la ubicuidad.* Barcelona, Gustavo Gili, 1968.
- CAZENEUVE, Jean: *Sociología de la radio-televisión.* Buenos Aires, Paidós, 1967.
- CURRAN, James; GUREVITCH, Michael; WOOLLACOTT, Janet: *Sociedad y comunicación de masas.* México, Fondo de Cultura Económica, 1983.
- GIFREU, Josep: *Comunicació, llengua i cultura a Catalunya.* Barcelona, Institut d'Estudis Catalans, 1986.
- HOLZER, Horst: *Sociología de la comunicación.* Madrid, Akal, 1978.
- JAY, Martin: *La imaginación dialéctica. Una historia de la Escuela de Frankfurt.* Madrid, Taurus, 1974.
- McBRIDE, S. et alii: *Un solo mundo, múltiples voces. Comunicación e información en nuestro tiempo.* México, Unesco/Fondo de Cultura Económica, 1980.
- McQUAIL, D.: *Sociología de los medios de comunicación.* Buenos Aires, Paidós, 1976.
- MORAGAS I SPA, Miguel de: *Sociología de la comunicación de masas.* Barcelona, Gustavo Gili, 3ª ed., 1985.
- MORAGAS I SPA, Miguel de.: *Teorías de la comunicación.* Barcelona, Gustavo Gili, 1981.
- PARÉS I MAICAS, Manuel et alii: *La televisión a la Catalunya autònoma.* Barcelona, Edicions 62, 1981.
- SAPERAS, Enric: *La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos.* Barcelona, Ariel, 1985.
- SMITH, Anthony: *La política de la información.* México, Fondo de Cultura Económica, 1986.

CAPÍTOL 2

- GINER, Salvador: *Sociedad de masa.* Barcelona, Península, 1977.

JOHNSON, H.H.; SPROT W.J.K.: *Sociología y psicología social del grupo*. Buenos Aires, Paidós, 1968.
SCHALFERS, Bernhard: *Introducción a la sociología de grupos*. Barcelona, Herder, 1984.

CAPÍTOL 3

FISHMAN, Joshua: *Sociología del lenguaje*. Madrid, Cátedra, 1979.
NINYOLES, Rafael Luis: *Idioma y poder social*. Madrid, Tecnos, 2a. ed., 1980.
STRUBELL, Miquel: *Llengua i cultura als Països Catalans*. Barcelona, La Magrana, 1980.
VALLVERDÚ, Francesc: *El fet lingüístic com a fet social*. Barcelona, Edicions 62, 1973.
VALLVERDÚ, Francesc: *Aproximació crítica a la sociolingüística actual*. Barcelona, Edicions 62, 1980.

CAPÍTOLS 4 i 5

BROWNE, C.G. y CONE, T.S.: *El estudio del liderazgo*. Buenos Aires, Paidós, 1968.
DOWSE, R.E. y HUGHES, J.A.: *Sociología Política*. Madrid, Alianza Editorial, 1975.
DUVERGER, M.: *Sociología política*. Barcelona, Ariel, 1972.
GRAMSCI, Antonio: *Los intelectuales y la civilización de la Cultura*. Buenos Aires, Nueva Visión.
HIRSCH-WEBER, W.: *La política como conflicto de intereses*. Madrid, Tecnos, 1972.
MOODIE, G. STUART-KENNEDY, G.: *Opiniones, públicos y grupos de presión*. México, Fondo de Cultura Económica, 1976.
OLTRA, Benjamín: *Una sociología de los intelectuales*. Barcelona, Vicens Vives, 1978.
ROSE, Arnold, M.: *La estructura del poder*. Buenos Aires, Paidós, 1970.
SCHLESINGER, Ph. y otros: *Los intelectuales en la sociedad de la información*. Barcelona, Anthropos, 1987.
SPROTT, W.J.H.: *Psicología y sociología del líder*. Buenos Aires, Paidós, 1967.
YOUNG, K.: *Psicología social del grupo, del líder y de los seguidores*. Buenos Aires, Paidós, 1967.
VERBA, S.: *El liderazgo. Grupos y conducta política*. Madrid, Rialp, 1968.

CAPÍTOLS 6 i 7

ESTEBAN, Jorge de: *Por una comunicación democrática*. València, Fernando Torres, 1976.
FAGEN, R.: *Política y comunicación*. Buenos Aires, Paidós, 1969.
LÓPEZ GUERRA, Luis: *Las campañas electorales. Propaganda y política en la sociedad de masas*. Barcelona, Ariel, 1976.
MCGINNIS, J.: *Cómo se vende un presidente*. Barcelona, Península, 1974.
PARÉS I MAICAS, Manuel: *La ideología regional de la prensa española*. Barcelona, Edicions 62, 1984.
PERRY, Roland: *Elecciones por ordenador*. Madrid, Fundesco, 1986.
RAMÍREZ, Manuel: *La participación política*. Madrid, Tecnos, 1985.
REY MORATO, Javier del: *La comunicación política*. Madrid, Eudema, 1989.

VEDEL, Georges (introducción i direcció): *La despolitización*. Madrid, Tecnos, 1973.

CAPÍTOL 8

HEINZ, H.: *Los prejuicios sociales*. Madrid, Tecnos, 1968.
GARCÍA Pelayo, Manuel: *Hitos y símbolos políticos*. Madrid, Taurus, 1964.
LIPPmann, W.: *La opinión pública*. Buenos Aires, Compañía General Fabril, 1964.
SAUVY, A.: *Los mitos de nuestro tiempo*. Barcelona, Labor, 1965.
YOUNG, K.: *Psicología social del prejuicio*. Buenos Aires, Paidós, 1969.
YOUNG, K., FLUGEL, J.C.: *Psicología de las actitudes*. Buenos Aires, Paidós, 1987.

CAPÍTOL 9

BAUDRILLARD, J.: *La sociedad de consumo*. Barcelona, Plaza y Janés, 1974.
BELL, D.: *El advenimiento de la sociedad postindustrial*. Madrid, Alianza, 1976.
KATONA, G.: *La sociedad de consumo de masas*. Madrid, Rialp, 1968.
KATONA, G.: *La sociedad de la información*. Madrid, Fundesco-Tecnos, 1983, 3 vols.
MASUDA, Y.: *La sociedad informatizada como sociedad postindustrial*. Madrid, Fundesco-Tecnos, 1984.
TOURAINÉ, A.: *La sociedad postindustrial*. Barcelona, Ariel, 1971.

CAPÍTOL 10

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

CAPÍTOL 11

BELL, D. et alii: *Industria cultural y sociedad de masas*. Caracas, Monte Avila, 1974. (Hi ha una edició anterior, similar, *La industria de la cultura*. Madrid, Alberto Corazón, 1969.)
BUSTAMANTE, E., ZALLO, R. (eds.): *Las industrias culturales en España, grupos multimedia y transnacionales (prensa, radio, TV, libro, cine, disco y publicidad)*. Madrid, Akal ed., 1988.
ECO, Umberto: *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*. Barcelona, Lumen, 1968.
MATTELART, Armand: *La cultura como empresa multinacional*. México, Era, 1974.
MOLES, A.: *Sociodinámica de la cultura*. Buenos Aires, Paidós, 1974.
MORÍN, E.: *El espíritu del tiempo. Ensayo sobre la cultura de masa*. Madrid, Taurus, 1968.

ROSITI, Franco: *Historia y teoría de la cultura de masas*. Barcelona, Gustavo Gili, 1980.
SWINGWOOD, A.: *El mito de la cultura de masas*. México, La Red de Jonás, Premia Editora, 1979.
ZALLO, Ramón: *Economía de la comunicación y de la cultura*. Madrid, Akal ed., 1988.

CAPÍTOLS 12 a 15 (Veure també, obres generals)

BERRIO, Jordi: *Teoría social de la persuasión*. Barcelona, Mitre, 1983.
CAZENEUVE, J.: *El hombre telespectador*. Barcelona, Gustavo Gili, 1974.
GROOMBRIDGE, Brian: *La televisión y la gente*. Caracas, Monte Avila, 1976.
HALLORAN, J.: *Los efectos de la televisión*. Madrid, Editora Nacional, 1974.
KATZ, E.; LAZARSPFELD, P.: *La influencia personal. El individuo en el proceso de comunicación de masas*. Barcelona, Hispano-Europea, 1979.
KLAPPER, J.: *Efectos de la comunicación de masas*. Madrid, Aguilar, 1974.
MARTÍN SERRANO, Manuel: *El uso de la comunicación social por los españoles*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas, 1982.
ROMANO, Vicente: *Los intermediarios de la cultura. Los emisores en el proceso de comunicación social*. Madrid, Cuadernos de Comunicación, Pablo del Río, 1977.
SAPERAS, Enric: *Efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Barcelona, Ariel, 1987.
VALBUENA, Felicísimo: *Receptores y audiencias en el proceso de comunicación*. Madrid, Cuadernos de Comunicación, Pablo del Río, 1976.

CAPÍTOLS 16 al 20

BOCKELMANN, F.: *Formación y funciones sociales de la opinión pública*. Barcelona, Gustavo Gili, 1983.
COSSÍO, Carlos: *La opinión pública*. Buenos Aires, Paidós, 1973.
HABERMAS, J.: *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona, Gustavo Gili, 1981.
LANE, R.; SEARS, E.; DAVID, C.: *La opinión pública*. Barcelona, Fontanella, 1967.
LÓPEZ PINTOR, Rafael: *La opinión pública española: del franquismo a la democracia*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas, 1982.
MONZÓN ARRIBAS, Cándido: *La opinión pública*. Madrid, Tecnos, 1987.
RIVADENEYRA, R.: *La opinión pública*. México, Trillas, 1979.
ROVIGATTI, V.: *Lecciones sobre la ciencia de la opinión pública*. Ciespal, 1981.
STOETZEL, Jean: *Las encuestas de opinión pública*. Madrid, Editora Nacional, 1973.
STOETZEL, Jean: *Teoría de las opiniones*. Caracas, Universidad Central de Venezuela, 1972.
TARDE, Gabriel: *La opinión y la multitud*. Madrid, Taurus, 1986.
YOUNG, K.: *La opinión pública y la propaganda*. Buenos Aires, Paidós, 1967.
YOUNG, K.: *Psicología social de la opinión pública y de los medios de comunicación*. Buenos Aires, Paidós, 1969.

CAPÍTOL 21

AGUILERA GAMONEDA, Joaquín: *La educación por televisión*. Pamplona, Editorial Universidad de Navarra, 1980.
ERAUSQUIN, M.A. et alii: *Los teleniños*. Barcelona, Laia, 1981.
JAMISON, Dean T.; McANANY, Emile G.: *La radio al servicio de la educación y el desarrollo*. Madrid, Ministerio de Educación y Ciencia, 1981.
PARÉS I MAICAS, Manuel: *El papel de la información en la educación permanente y en la enseñanza universitaria*. Bellaterra, UAB, 1984.
PORCHER, L.: *La escuela paralela*. Buenos Aires, Kapelusz, 1970.
SEVILLANO, María Luisa, BARTOLOMÉ CRESPO, Donaciano: *Prensa: su didáctica, teoría, experiencias y resultados*. Madrid, UNED, 1988.

CAPÍTOL 22

DUMAZEDIER, Joffre: *Hacia una civilización del ocio*. Barcelona, Estela, 1964. (N'hi ha una nova edició de Laia).
GRAZIA, Sebastián de: *Tiempo, trabajo y ocio*. Madrid, Tecnos, 1966.
LÓPEZ ARANDA, Benito et alii: *Tiempo libre y educación*. Madrid, Escuela Española, 1982.
PUIG ROVIRA, Josep Maria, TRILLA, Jaume: *La pedagogía del ocio*. Barcelona, Ed. Laertes, 1987.
SUE, Roger: *El ocio*. México, Fondo de Cultura Económica, 1982.

CAPÍTOLS 23 i 24

FLICHY, P.: *Las multinacionales del audiovisual. Por un análisis económico de los media*. Barcelona, Gustavo Gili, 1981.
GIFREU, Josep: *El debate internacional de la comunicación*. Barcelona, Ariel, 1986.
HAMELINK, C.: *La aldea transnacional. El papel de los trusts en la comunicación mundial*. Barcelona, Gustavo Gili, 1981.
LUSSATO, Bruno: *El desafío informático*. Barcelona, Planeta, 1981.
MARTÍN, J.: *La sociedad interconectada*. Madrid, Tecnos, 1980.
RISPA, Raúl (ed.): *Nuevas tecnologías en la vida cultural española*. Madrid, Fundesco, 1985.
RUÍZ ELBRIDGE, Alberto (comp.): *El desafío jurídico de la comunicación internacional*. México, Ilet, 1979.
SCHILLER, H.: *El poder informático*. Barcelona, Gustavo Gili, 1983.

AVALUACIÓ

1. Es realitzaran dos exàmens parcials, un al mes de febrer i l'altre al mes de juny. No es contempla cap examen final.
2. A més, cada estudiant farà un treball de recerca sobre un tema escollit conjuntament per ell i pel professor a començament del curs i se'n definiran els objectius, el contingut i la metodologia. La seva extensió serà compresa entre 25 i 50 pàgines i serà lliurat al professor abans que s'acabi el segon trimestre.