

CODI : 5108 - TEORIA DE LA COMUNICACIÓ SOCIAL (COMUNICACIÓ POLÍTICA)

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.

ACTIVITATS PROFESSIONALS SIGNIFICATIVES:

1. Vice-rector d'extensió universitària des del mes d'abril de 1980 fins al mes de març de 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 CC de la Informació (1977-79)

OBJECTIU DE L'ASSIGNATURA:

Concepte, naturalesa, funcions i interdisciplinarietat. La política, la ideologia, els interessos, la cultura política, la socialització política, el poder, el desenvolupament polític, etc. Els emissors, els receptors, els continguts, els mitjans, els efectes, etc, de la comunicació política. Opinió pública i comunicació política internacional.

En el context de la Teoria de la Comunicació Social en aquesta matèria es tracta de les relacions dinàmiques que els mitjans de comunicació de masses estableixen entre els seus continguts i la Política, contemplades des d'una perspectiva globalitzadora.

Tal com l'hem plantejada, aquesta Comunicació política manté certes connexions amb la matèria d'Opinió Pública i amb la de Propaganda política, així com amb les assignatures de ciència política. Tanmateix, però, com es pot comprovar, amb un enfocament específic en el terreny de la comunicació de massa.

La perspectiva acadèmica emprada és clarament interdisciplinària, fonamentant-se en la sociologia de la comunicació de massa, en la sociologia política, l'economia política, etc.

En el camp específic de la Comunicació Política cal remarcar que l'aportació teòrica espanyola és molt migrada, com pot veure's per la bibliografia que acompanyem, la qual, tanmateix, hem tractat que sigui força completa i global.

TEMARI:

1. La comunicació de massa i la Política. La comunicació política. Marc conceptual. Definicions. Les diferents teories. L'estat actual de l'ensenyament i de la recerca.
2. Les diferents concepcions sobre la Política. Contingut i límits. Acció política i fet polític. Dimensions sectorial i territorial. Canvi social i canvi polític.
3. La interdisciplinarietat de la comunicació política. Relacions amb la sociologia de la comunicació de massa, amb la sociologia política, amb el dret, amb la psicologia social, amb l'economia i amb d'altres ciències socials.
4. Tipologia de les polítiques públiques segons el tipus de societat política, d'estructura econòmica i de desenvolupament. Especial referència a les polítiques econòmica, educativa, cultural i comunicativa.
5. La ideologia. La ideologia política. La crisi de les ideologies. Les mentalitats, les creences, les actituds i els mites. Els valors. La identitat cultural i la identitat nacional. La consciència nacional i la voluntat de pertànyer a una comunitat.
6. Els interessos. Individuals i grupals: Els conflictes d'interès. Els grups d'interès. El corporativisme. El bé comú i l'interès general. El servei públic.
7. La socialització política. Concepcions. Paràmetres definidors segons les classes socials. Paper de la família i de les relacions interpersonals. De la religió, de l'educació, de l'educació permanent, així com de l'educació política. De la comunicació i de la cultura de massa.
8. La cultura política. Concepcions. Rol que exerceixen els distints elements estudiats als temes 5 i 6. Les subcultures polítiques. La memòria històrica, les tradicions, els costums i els símbols. El sistema jurídic. Els factors psicològics.
9. El poder (1). Concepte i naturalesa. En el sistema pluralista i en el sistema autoritari. Pluralisme representatiu i pluralisme participatiu. Sistema unitari, autonòmic i federal. Centralista o descentralitzat. La societat civil.
10. El poder (2). El sistema jurídic. La Constitució, les lleis que desenvolupen els drets fonamentals. Les Declaracions sobre els Drets Humans. Estructura econòmica: pública i privada. El sistema administratiu: la tecnocràcia i la burocràcia.
11. El desenvolupament polític. Concepcions i teories. Els principals actors: el poder executiu, el legislatiu i el judicial. Els partits polítics, els moviments socials, els grups d'interès i els ciutadans. La participació política. El comportament polític. La despolitització.

12. Els emissors de la comunicació política (1), segons els sistemes polític i econòmic. Funció, objectius i intencionalitat. El poder executiu i la seva tipologia. El poder legislatiu i el poder judicial. Els partits polítics, els moviments socials i els grups d'interès
13. Els emissors (2). Els líders d'opinió. Els polítics, els funcionaris, els tècnics, els intel·lectuals, els professionals de la comunicació. Els ídols de l'espectacle. Els ciutadans.
14. Els receptors. El ciutadà individual: paràmetres sociològics. Com a elector i com a militant d'un partit polític o com a membre d'un grup d'interès. El receptor com a grup formal i informal. El receptor en funció de les formes i dels mitjans de comunicació.
15. Informació i política. L'actualitat. Les fonts i les agències d'informació. Notícia i opinió. L'"agenda setting" i el "gatekeeper". Informació i propaganda. La propaganda electoral. El marketing polític. Paper dels professionals de la comunicació.
16. Comunicació política i Relacions Públiques. La imatge de les institucions polítiques i dels polítics. Comunicació política i la publicitat. El paper de les tècniques de publicitat. el rol dels professionals de la comunicació.
17. El llenguatge polític. Els missatges polítics, en funció dels emissors, de les formes de comunicació i dels mitjans de comunicació. La intencionalitat. L'objectivitat, la persuasió, la manipulació, la pressió i la coacció. Els *slogans*.
18. La comunicació política i la violència. El terrorisme. La pau. Per una ètica de la comunicació política.
19. Els mitjans de comunicació de massa segons el sistema polític i l'econòmic. Al servei de l'Estat o de la societat. Públics o privats. El control social i polític dels "mass media".
20. Els efectes (1). L'element cognitiu i l'element afectiu, així com la imatge dels fets polítics. Tipologia dels efectes: conscienciació, politització, endoctrinament, despolitització i escepticisme. Creació, modificació o consolidació de les imatges, estereotips, prejudicis i mites.
21. Els efectes (2). Educatius i deseducatius. La personalització dels líders polítics. La política com a espectacle: els actors, les tècniques, els mitjans, la representació i el públic.
22. Opinió pública i comunicació política. Concepcions. Opinió individual i opinió grupal. El clima d'opinió. La seva formació, consolidació, continuïtat i canvi. Els factors condicionants i el paper de l'actualitat política. Les seves formes d'expressió segons els diferents sistemes polítics i econòmics. Els sondeigs d'opinió.
23. La comunicació política internacional (1). Les relacions internacionals a nivell d'estat, d'organitzacions socials i de grups, així com de ciutadans. El rol dels diferents sistemes polítics i econòmics. Relacions pacífiques i relacions conflictives. Conflictes bèl·lics i la propaganda.
24. La comunicació política internacional (2). Les grans organitzacions internacionals com a emissors. L'imperialisme comunicatiu. Les agències d'informació internacionals. Els mitjans de comunicació internacionals. Les multinacionals del Hardware i del Software de la comunicació. La necessitat d'un nou ordre internacional de la comunicació.

BIBLIOGRAFIA RECOMANADA:

- AA.DD.: *Visió de Catalunya. (El canvi i la reconstrucció nacional des de la perspectiva sociològica)*. Barcelona, Diputació de Barcelona, 1987.
- AA.DD.: *Decisió electoral i cultura política. Estudis Electorals* núm. 8, Equip de Sociologia Electoral de la Universitat Autònoma de Barcelona, Fundació Jaume Bofill, La Magrana, 1986.
- ALMOND, Gabriel A.; VERBA, Sidney: *La cultura cívica*. (estudi sobre la participació política democràtica en cinc països: Gran Bretanya, Estats Units, República Federal d'Alemanya, Itàlia i Mèxic) Madrid, Euràmerica, 1970.
- BERELSON, B.; GAUDET, H.; LAZARSFELD, P.F.: *El pueblo elige*. Buenos Aires, Paidós, 3a ed., 1962.
- BERRIO, Jordi: *Teoría social de la persuasión*. Barcelona, Mitre, 1983.
- BLUMLER, J.; CAYROL, R.; THOVERON, G.: *La télévision fait-elle l'élection?. Une analyse comparative: France, Grande Bretagne, Belgique*. París, Fondation Nationale des Sciences Politiques, 1978.
- BROWNE, C.G.; COHN, T.S.: *El estudio del liderazgo*. Buenos Aires, Paidós, 1968.
- BUSTAMANTE, E.: *Los amos de la información*. Madrid, Akal, 1982.
- BUTLER, B.E.: *Estudio del comportamiento político*. Madrid, Técno, 1964.
- CASTILLO, Pilar del: *La financiación de partidos y de candidatos en las democracias occidentales*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas y Siglo XXI de España, 1985.
- CAYROL, Roland: *La nouvelle communication politique*. París, Larousse, 1986.
- CELIS, Jacqueline de: *Los grupos de presión en las democracias occidentales*. Madrid, Técno, 1963.
- COSER, L.A.: *Hombre de ideas (el punto de vista de un sociólogo)*. México, Fondo de Cultura Económica, 1968.
- COTTERET, Jean-Marie: *Gouvernants et gouvernés*. París, Presses Universitaires de France, 1975.
- CHARLOT, M.: *La persuasion politique*. París, Armand Colin, 1970.
- DADER, José Luis: *Periodismo y pseudo-comunicación política*. Pamplona, Universidad de Navarra, 1983.
- DAHL, Robert: *Análisis sociológico de la política*. Barcelona, Fontanella, 1968.
- DEUTSCH, Karl W.: *Los nervios del gobierno. Modelos de comunicación y de control políticos*. Buenos Aires, Paidós, 1969.
- DÍAZ RANGEL, Eleazar: *Pueblos subinformados*. Caracas, Monte Avila, 1976.
- DOMENACH, Jean-Marie: *La propaganda política*. Barcelona, Edicions 62, 1963.
- DOWSE, R.; Hughes, H.: *Sociología política*. Madrid, Alianza Editorial, 1975.
- DURANDIN, G.: *La mentira en la propaganda política y en publicidad*. Barcelona, Paidós, 1983.
- DUVERGER, Maurice: *Sociología política*. Barcelona, Ariel, 1972.

- ESTEBAN, Jorge de: *Por una comunicación democrática*. València, Fernando Torres, 1976.
- ESCARPIT, Robert: *Teoría de la información práctica política*. México, Fondo de Cultura Económica, 1983.
- EYSENCK, H.J.: *Psicología de la decisión política*. Barcelona, Ariel, 1964.
- FAGEN, R.: *Política y comunicación*. Buenos Aires, Paidós, 1968.
- FRIEDRICH, K.: *El hombre y el gobierno*. Madrid, Técno, 1968.
- GARCÍA Pelayo, Manuel: *Los mitos políticos*. Madrid, Alianza Editorial, 1981.
- GARCÍA Pelayo, Manuel: *Mitos y símbolos políticos*. Taurus, 1964.
- GONZÁLEZ CASANOVA, J.A.: *Comunicación humana y comunidad política*. Madrid, Técno, 1968.
- GRAMSCI, A.: *Los intelectuales y la civilización de la cultura*. Buenos Aires, Nueva Visión.
- HABERMAS, J.: *Historia y crítica de la opinión pública*. Barcelona, Gustavo Gili, 1981.
- HIRSCH-WEBER, W.: *La política como conflicto de intereses*. Madrid, Técno, 1972.
- KORNHAUSER, W.: *Aspectos políticos de la sociedad de masas*. Buenos Aires, Amorrortú, 1969.
- KRAUS, S.; PERLOFF, R.M. (eds.): *Mass media and political thought, an information-processing approach*. London, Sage, 1985.
- KATZ, E.; LAZARSFELD, P.: *La influencia personal. El individuo en el proceso de comunicación de masas*. Barcelona, Hispano Europea, 1979.
- LANCELOT, Alain: *Les actitudes politiques*. Barcelona, Edicions 62, 1967.
- LANG, Kurt and Gladys: *Politics and television*. Chicago, Quadrangle Books, 1984.
- LASSWELL, H.: *La política como reparto de influencia*. Madrid, Aguilar, 1974.
- LIPSET, Seymour: *Political Man*. Heinemann, London, 1969. Traducción castellana: *El hombre político*. Buenos Aires, Eudeba, 2a ed. 1968.
- LÓPEZ GUERRA, Luis: *Las campañas electorales. Propaganda y política en la sociedad de masas*. Barcelona, Ariel, 1976.
- LÓPEZ PINA, A.; ARANGUREN, Ed.L.: *La cultura política en la España de Franco*. Madrid, Taurus, 1976.
- LÓPEZ PINTOR, Rafael: *La opinión pública española: del franquismo a la democracia*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas, 1982.
- LOZANO BARTOLOZZI, Pedro: *El ecosistema político. (Teoría informativa de las relaciones internacionales)*. Pamplona, Universidad de Navarra, 1976.
- LUCAS VERDÚ, Pablo: *Política e inteligencia*. Madrid, Técno, 1965.
- MacGINNIS, J.: *Cómo se vende un presidente*. Península, 1974.
- MacBRIDE: *Voces múltiples. Un solo mundo*. México. F.C.E., 1981.
- MEADOW, R.G.: *Politics and communication*. Norwood, New Jersey, Ablex, 1980.
- MERCADÉ, Francesc: *Catalunya: intelectuales y políticos, y cuestión nacional*. Barcelona, Península, 1982.
- MILLS, Wright, et al.: *Los intelectuales y la política*. Montevideo, Nuestro Tiempo, 1968.
- MOODIE, G.; STUART-KENNEDY, G.: *Opiniones, públicos y grupos de presión*. Méxic, Fondo de Cultura Económica, 1976.

- MORAGAS, M. de : *Sociología de la Comunicación de masas. Vol.III Propaganda política y opinión pública*. Barcelona. Gustavo Gili, 1986.
- MURILLO FERROL, Francisco: *Estudios de sociología política*. Madrid, Técnos, 1963.
- NIMMO, D.D.; SANDERS, K. (eds.): *Handbook of political communication*. London, Sage, 1981.
- PARÉS I MAICAS, Manuel: *La ideología regional de la prensa espanyola (1966-1973)*. Barcelona, Edicions 62, 1984.
- PARÉS I MAICAS, Manuel: *El papel de la información en la educación permanente y en la enseñanza universitaria*. Bellaterra, Universitat Autònoma de Barcelona, 1984.
- POULANTZAS, Nicos: *Poder político y clases sociales en el Estado capitalista*. México, Siglo XXI, 1973.
- PYE, L.W.: *Evolución política y comunicación de masas*. Buenos Aires, Troquel, 1969.
- PERRY, Roland: *Elecciones por ordenador*. Madrid, FUNDESCO, 1986.
- RAMÍREZ, Manuel: *La participación política*. Madrid, Técnos, 1985.
- REBOLLO TORIO, Miguel Angel: *Lenguaje y política, introducción al vocabulario político republicano y (totalitario, digo franquista)*. València, Fernando Torres, 1978.
- RUIZ ELDREDGE, Alberto (compilador): *El desafío jurídico de la comunicación internacional*. México, Nueva Imagen, 1979. (Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales).
- SAPPERAS, Enric: *La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos*. Barcelona, Ariel, 1985.
- SCHRAMM, W.: *La información y el desarrollo nacional*. París, UNESCO, 1966.
- SCHWARTZENBERG, R.G.: *EL show en política*. Barcelona, Dopesa, 1980.
- SCHILLER, H.: *Comunicación de masas e imperialismo yanqui*. Barcelona, Gustavo Gili, 1976.
- SCHILLER, H.: *Manipuladores de cerebros*. Barcelona, Gedisa, 1979.
- SMITH, A.: *Television and political life. (Studies in six European countries: Britain, France, Italy, Federal Republic of Germany, Sweden, and Holland)*. London, Macmillan Press, 1979.
- VEDEL, George; et alt.: *La despolitización*. Madrid, Técnos, 1973.
- YOUNG, K.: *La opinión pública y la propaganda*. Buenos Aires, Paidós, 1967.

AVALUACIÓ DEL CURS:

Hi haurà dues proves parcials, una el mes de febrer i l'altra el mes de juny, que en la mesura del que sigui possible tractaran de conjugar els elements de tipus teòric amb l'anàlisi de temes d'actualitat.

A més, cada estudiant realitzarà un treball de recerca sobre un tema escollit per ell i acceptat pel professor, la qual cosa tindrà lloc a l'inici del curs, i conjuntament es definiran els objectius, el contingut i la metodologia.

La seva extensió serà d'un mínim de 30 pàgines i serà lliurat al professor abans de l'acabament del 2on trimestre.