

CODI : 2011 - TEORIA GENERAL DE LA INFORMACIO

Objectiu de l'assignatura.

L'objectiu de l'assignatura és proporcionar als alumnes els fonaments de la Teoria de la comunicació i la introducció a les grans línies de recerca internacional en el sector de les ciències socials orientades vers l'estudi de la comunicació de massa i de la indústria de la cultura.

Aquest programa ha estat adaptat a les necessitats del curs acadèmic 1991-1992 que patirà algunes transformacions significatives en el seu calendari com a conseqüència de la celebració dels Jocs Olímpics.

TEMARI:

PART I: LA DEFINICIO DE LA TEORIA DE LA COMUNICACIO I ELS INICIS DE LA RECERCA COMUNICATIVA.

1. L'estudi de la comunicació en el marc de les disciplines científiques.

1.1. Ciència o ciències de la comunicació. La comunicació com a objecte d'estudi i com a model. La recerca comunicativa. Teoria o teories de la comunicació. El recurs a la pluridisciplinarietat. Les nocions de interdisciplinarietat i de transdisciplinarietat. La comunicació de masses com a discurs social.

1.2. El marc històric i acadèmic en què sorgeix la recerca comunicativa.

2. Les primeres experiències acadèmiques: els inicis de la recerca comunicativa.

2.1. El procés de formació de la recerca comunicativa als Estats Units: la 'Mass Communication Research'. El sistema comunicatiu i les necessitats de coneixement pràctic: el 'New Deal' i el sorgiment de les primeres fonts de finançament. La influència de la Segona Guerra Mundial. Investigació administrada i definició de l'anàlisi funcional de la comunicació: les teories de rang intermedi.

2.2. El procés de formació de la recerca comunicativa a Europa. La recerca sobre el periodisme i els inicis de la recerca comunicativa: el cas Alemany. Les primeres experiències alemanyes, franceses i italianes. Sistema comunicatiu i recerca comunicativa a l'Europa d'entreguerres. La influència de la Segona Guerra Mundial. La consolidació de la recerca comunicativa europea després de la Segona Guerra Mundial. La teoria de la comunicació a Europa: la seva definició metodològica. La Teoria Crítica de l'Escola de Frankfurt: propostes metodològiques i discussió amb l'anàlisi funcional de la comunicació.

PART II: EL DESENVOLUPAMENT DE LA TEORIA DE LA COMUNICACIO

3. Com estudiar la comunicació de massa? Els models de la teoria de la comunicació.

3.1. La noció de model. Els models en les ciències socials. Els models a la teoria de la comunicació. 3.2. La noció de Paradigma. Els paradigmes a les ciències socials. Paradigmes i teoria de la comunicació. 3.3. El Paradigma de Lasswell com a estabilitzador de la recerca comunicativa nord-americana: del model behaviorista a l'anàlisi funcional de la comunicació. Fonts de finançament i desestabilització del Paradigma de Lasswell. 3.4. El model de Wilbur Schramm: l'expressió madura de la 'Communication Research'. 3.5. El model de Shannon: els conceptes fonamentals de la Teoria de la informació. 3.6. El model d'Abraham Moles: la sòcio-dinàmica de la cultura.

4. L'anàlisi funcional de la comunicació.

4.1. El funcionalisme i la recerca comunicativa: 1920-1939. 4.2. Recerca administrada i teories de rang intermedi. 4.3. L'anàlisi funcional: les nocions de funció i de disfunció. 4.4. Les funcions de la comunicació de massa: Estructura i funció segons Harold D. Lasswell. 4.5. El desenvolupament de l'anàlisi funcional: P.F. Lazarsfeld, R. K. Merton, Ch.R. Wright. 4.6. L'estudi de les funcions i la definició de l'opinió pública a la societat de massa.

5. L'anàlisi dels continguts de la comunicació de massa.

5.1. Orígens de l'anàlisi de contingut: comunicació, opinió pública i persuasió. 5.2. Definició de l'anàlisi de contingut: les tècniques bàsiques de l'anàlisi documental. 5.3. L'anàlisi de contingut i la seva evolució vers l'estudi del discurs social: la semiòtica. 5.4. Les tradicions europea i nord-americana. 5.5. L'anàlisi semiòtica: la sintaxi, la semàntica i la pragmàtica. 5.6. Signe, discurs, text. 5.7. Sistemes de denotació i de connotació. 5.8. L'anàlisi textual i la semiòtica de la comunicació de massa. 5.9. Una proposta particular: l'anàlisi de Marshall McLuhan: l'estudi del mitjà o canal com a determinant del missatge; evolució del mitjà i transformació dels continguts culturals dels mass media.

6. L'anàlisi de les audiències de la comunicació de massa.

6.1. Els inicis de l'anàlisi del receptor de la comunicació de massa: opinió pública, sistema polític i sistema econòmic. 6.2. El receptor de la comunicació massiva: massa, públic i audiència. 6.3. La recerca comunicativa i la recerca nord-americana quant la definició de les tres nocions. 6.4. El concepte d'audiència: fonts de finançament, necessitats de coneixement pràctic i maduresa de les tècniques d'observació directa extensives. 6.5. El redescobrimient del grup social primari: influència personal, líder d'opinió i capacitat selectiva de l'audiència. 6.7. Els dos gèneros de la comunicació de massa. 6.8. Les aportacions de la

psicologia a l'estudi del receptor: la massa i les pulsions; l'audiència i les actituds. 6.8. Actitud i opinió. 6.10. La personalitat com a factor de susceptibilitat persuasiva. 6.11. L'ordre de les argumentacions com a factor de persuasió; la nova retòrica científica de l'Escola de Yale. 6.12. La dissonància cognitiva.

7.

Els efectes de la comunicació de massa.

7.1. La noció d'efecte. 7.2. La vinculació de l'anàlisi dels efectes amb les anàlisis de continguts i d'audiències. 7.3. La tipologia dels efectes de la comunicació de massa: efectes sobre el comportament i efectes sobre el coneixement. 7.4. Evolució de l'anàlisi sobre els efectes: la teoria hipodèrmica, la teoria dels mínims efectes i els estudis sobre els efectes de coneixement. 7.5. L'actual recerca sobre efectes (1): la recerca sobre l'agenda temàtica: la recerca nord-americana, la recerca europea. 7.6. L'actual recerca sobre efectes (i 2): la recerca sobre el distanciament de coneixements. 7.7. L'estudi de les rutines professionals i els efectes cognitius. 7.8. La recerca sobre els efectes i l'evolució de l'opinió pública.

### III. PART: LA INDUSTRIA DE LA CULTURA.

8.

Cultura i mitjans de comunicació.

8.1. Cultura i mitjans de comunicació. 8.2. La cultura en el segle XX: la industrialització de la producció cultural. 8.3. La noció de 'nivell de cultura'. 8.4. Els nivells de cultura. 8.5. Mitjans de comunicació i cultura popular. 8.5. La tecnocultura: un nou nivell de cultura?. 8.6. La formació històrica de la indústria de la cultura: els models bàsics. 8.7. L'hegemonia del model nord-americà.

9.

L'Escola de Frankfurt: la crítica a la indústria de la cultura.

9.1. La formació de 'Institut für Sozialforschung'. 9.2. Definició metodològica de la Teoria Crítica. 9.3. Els primers estudis sobre cultura i comunicació de massa: Walter Benjamin. 9.4. El concepte de indústria de la cultura: Theodor W. Adorno i Max Horkheimer. 9.5. Cultura industrial i racionalitat instrumental. 9.6. La noció de cultura afirmativa. 9.7. L'home unidimensional: Herbert Marcuse. 9.7. La influència de l'Escola de Frankfurt en el debat europeu sobre la indústria de la cultura.

10.

El funcionalisme i el debat cultural.

10.1. El debat intel·lectual sobre la cultura industrial als Estats Units: cultura popular, cultura de massa i indústria de la cultura. 10.2. Dwight Macdonald o la crítica a la cultura de massa. 10.3. Edward Shils o la reflexió des del funcionalisme.

Nous textos a la bibliografia:

Berrio, Jordi. L'opinió pública i la democràcia. Barcelona, Pòrtic. Col.lecció Pòrtic/Media. 1991.

Benito, Angel (ed.) Diccionario de Ciencias y Tecnicas de la Comunicación. Madrid. Ediciones Paulinas. 1991.

Saperas, Enric, 'Efectos de la comunicación social', A. Benito, Angel (ed.) Ibidem, pp. 425-435.

## 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.
- BENITO, A.: "Fundamentos de Teoría General de la Información". Mitre, Barcelona, 1983.
- BENITO, A.(ed.): Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación. Madrid, Ediciones Paulinas, 1991.
- BERRIO, J.: Teoría social de la persuasión. Barcelona, Mitre, 1983.
- BERRIO, J.: L'opinió pública i la democràcia. Barcelona, Pòrtic. Col.lecció Pòrtic/Media, 1991.
- BETCH, H. i PROSS, H.: Introducción a la ciencia de la comunicación. Barcelona, Anthropos, 1987.
- BOCKELMANN, F.: Formación y funciones sociales de la opinión pública. Barcelona, Gustavo Gili, 1983.
- BORRAT, H.: El periódico, actor político. Barcelona, Gustavo Gili, 1989.
- CASETTI, F.: Introducción a la semiótica. Barcelona, Fontanella, 1980.
- CEBRIÁN HERREROS, M.: "Fundamentos de la teoría y técnica de la información audiovisual". Vol I-II. La Mezquita, Madrid, 1983.
- DE FLEUR, M.L. i BALL-ROKEACH, S.J.: Teorías de la comunicación de masas. Barcelona, Paidós Ibérica, 1982.
- DIJK, T.A. van: "La ciencia del texto". Paidós, Barcelona, 1983.
- DIJK, T.A. van: "Estructuras y funciones del discurso". México, siglo XXI, 1980.
- 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.: Para analizar los mass media. València, Fernando Torres, 1974.
- KLAPPER, J.T.: Efectos de la comunicación de masas. Madrid, Aguilar, 1974.
- KNAPP, M.L.: La comunicación no verbal. Barcelona, Paidós, 1982.
- KRIPPENDORFF, K.: Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica. Barcelona, Ediciones Paidós Ibérica, 1990.
- HALETZKE, 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 Galaxia 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, 1985.
- MOLES, A.: La comunicación y los mass media. Bilbao, El Mensajero, 1973.
- MORAGAS I SPA, M. de : Teorías de la comunicación. Barcelona, HORAGAS I SPA, M. de ; Semiótica de la comunicación de masas. Barcelona, Península, 1982.
- 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: "Estudios sobre comunicación y nuevas tecnologías en España". En: C.IN.CO. Cuadernos de Investigación en Comunicación, 1988, n. 1, pp. 11-19.
- MORAGAS I SPA, M. de : Espais de comunicació: Experiències i perspectives a Catalunya. Barcelona, Edicions 62, 1988.
- MORIN, E.: El espíritu del tiempo. Madrid, Taurus, 1966 (1er.).
- MORRIS, Ch.: Fundamentos de la teoría de los signos. Barcelona, Paidós, 1985.
- PASQUALI, A.: Comprender la comunicación. Caracas, Monte Avila, 1978.
- PÉREZ TORNERO, J.M.: Semiótica de la publicidad. Barcelona, Mitre, 1982.
- RODA FERNANDEZ, R.: Medios de comunicación de masas. Su influencia en la sociedad y en la cultura contemporánea. Madrid, CIS-Siglo XXI, 1989.
- RODRIGO, M.: La construcción de la noticia. Barcelona, Paidós, 1989.
- 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.
- SAPERAS, E.: "Efectos de la comunicación social". En: A. Benito (ed.) Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación. Madrid, Ediciones Paulinas, 1991, pp. 425-435.
- SCHRAHM, 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 WEAVER: 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.
- VELÁZQUEZ, T.: El lenguaje televisivo desde la perspectiva lingüística textual. Un caso concreto: la entrevista. Bellaterra, Facultat.
- Ciències de la Informació, Universitat Autònoma de Barcelona, 1988

VELÁZQUEZ, T.: Presentación y representación en lo cotidiano, Estudios semióticos, n. 13-14, 1987.

VELÁZQUEZ, T.: La entrevista política en televisión como discurso. Bellaterra, Facultat de Ciències de la Informació, Universitat Autònoma de Barcelona, 1989.

VELÁZQUEZ, T. i FONTCUBERTA, Mar: "La interpretación en la noticia

periodística". En: Métodos del análisis de la prensa. Encuentros sobre metodología del análisis de la Prensa (en torno a EL PAÍS). Madrid, Casa de Velázquez, 1987, pp. 91-111.

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

WOLF, M.: "Desarrollos teóricos en la investigación de la comunicación". En: C.IN.CO. Cuadernos de investigación en Comunicación, n. 1, junio, Madrid, AIC, 1988.