

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 ideología regional de la prensa española*. 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. Secretari acadèmic de la Facultat de Ciències de la Informació, 1977-79.
2. Vice-rector d'Informació, documentació (març 1978-abril 1980).
3. Vice-rector d'Extensió Universitària, abril 1980-març 1986.
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.

OBJECTIU 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/Conflicte lingüístic. 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. La política com a espectacle i el paper dels *mass media*.
7. **Relacions amb la psicologia social.**
Les actituds, les creences, els prejudicis, els estereotips, els mites i les imatges. Llur incidència sobre la comunicació col·lectiva.
8. **Relacions amb l'economia i amb la ciència./ La indústria de la comunicació.**
El paper de la recerca científica, el progrés tecnològic. El procés de transnacionalització. La indústria del *hardware* i del *software*. Societat industrial i societat de consum. El consumidor. El paper de la publicitat.
9. **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.
10. **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.

11. **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.
12. **El receptor individual.**
Principals paràmetres sociològics. En funció dels distints mitjans i formes de comunicació. L'audiència. Concepte, naturalesa i característiques. Segons els mitjans i les formes de comunicació. Estudis qualitatius i quantitatius.
13. **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 psíquiques i físiques, etc.

PART III: L'opinió pública.

14. **Evolució històrica.** Principals corrents teòrics. Interdisciplinarietat i nivells d'anàlisi. Definicions. Institucions semblants.
15. **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.
16. **Formació d'opinió pública.**
Opinió individual i opinió de grup. Paper de la ideologia i dels interessos. Marc polític. Coneixement i experiència. Mentalitat, creences i actituds. Clima i corrent d'opinió. Racionalitat i irracionalitat. Discussió i consens. El paper determinant dels mitjans de comunicació. Els líders d'opinió.
17. **Funcions.**
Duració, estabilitat i mutabilitat. Tipologia d'opinions individuals i tipologia de l'opinió pública. Les opinions públiques.
18. **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.

19. **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.
20. **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.
21. **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. El paper de la Comunitat Europea i del Consell d'Europa.
22. **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 puixança de les empreses multimèdia.

BIBLIOGRAFIA

OBRES GENERALS

CAPÍTOL 1

- BADURA, B.: *La sociología de la comunicación*. Barcelona, Ariel, 1979.
- BALLE, F.: *Información y sociedad: antiguos y nuevos desafíos*. Pamplona, Eunsa, 1983.
- BISKY, L.: *crítica de la teoría burguesa de la comunicación de masas*. Madrid, La Torre, 1982.
- CAZENEUVE, J.: *La sociedad de la ubicuidad*. Barcelona, Gustavo Gili, 1968.
- CAZENEUVE, J.: *Sociología de la radio-televisión*. Buenos Aires, Paidós, 1967.
- CURRAN, J.; GUREVITCH, Michael; WOOLLACOTT, Janet: *Sociedad y comunicación de masas*. México, Fondo de Cultura Económica, 1983.
- GIFREU, J.: *Comunicació, llengua i cultura a Catalunya*. Barcelona, Institut d'Estudis Catalans, 1986.
- HOLZER, H.: *Sociología de la comunicación*. Madrid, Akal, 1978.
- JAY, M.: *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, M. de: *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona, Gustavo Gili, 3^a ed., 1985.
- MORAGAS I SPA, M. de.: *Teorías de la comunicación*. Barcelona, Gustavo Gili, 1981.
- MORAGAS, M. de, *Espais de comunicació: experiències i perspectives a Catalunya*, Ed. 62, Barcelona, 1988.
- PARÉS I MAICAS, M. et alii: *La televisió a la Catalunya autònoma*. Barcelona, Edicions 62, 1981.
- SAPERAS, E.: *La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos*. Barcelona, Ariel, 1985.
- SMITH, A.: *La política de la información*. México, Fondo de Cultura Económica, 1986.

CAPÍTOL 2

- GINER, S.: *Sociedad de masa*. Barcelona, Península, 1977.
- JOHNSON, H.H.; SPROT W.J.K.: *Sociología y psicología social del grupo*. Buenos Aires, Paidós, 1968.
- SCHALFERS, B.: *Introducción a la sociología de grupos*. Barcelona, Herder, 1984.

CAPÍTOL 3

- FISHMAN, J.: *Sociología del lenguaje*. Madrid, Cátedra, 1979.
- NINYOLES, R.L.: *Idioma y poder social*. Madrid, Tecnos, 2a. ed., 1980.
- STRUBELL, M.: *Llengua i cultura als Països Catalans*. Barcelona, La Magrana, 1980.
- VALLVERDÚ, F.: *El fet lingüístic com a fet social*. Barcelona, Edicions 62, 1973.
- VALLVERDÚ, F.: *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, A.: *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, B.: *Una sociología de los intelectuales*. Barcelona, Vicens Vives, 1978.
- ROSE, A., 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, J. de: *Por una comunicación democrática*. València, Fernando Torres, 1976.
- FAGEN, R.: *Política y comunicación*. Buenos Aires, Paidós, 1969.
- LÓPEZ GUERRA, L.: *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, M.: *La ideología regional de la prensa española*. Barcelona, Edicions 62, 1984.
- PERRY, R.: *Eleciones por ordenador*. Madrid, Fundesco, 1986.
- RAMIREZ, M.: *La participación política*. Madrid, Tecnos, 1985.
- REY MORATO, J. del: *La comunicación política*. Madrid, Eudema, 1989.
- VEDEL, G. (introducció i direcció): *La despolitización*. Madrid, Tecnos, 1973.

CAPÍTOL 8

- HEINZ, H.: *Los prejuicios sociales*. Madrid, Tecnos, 1968.
- GARCIA PELAYO, M.: *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.

TOURAINE, 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, H.: *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, A.: *La cultura como empresa multinacional*. México, Era, 1974.

MOLES, A.: *Sociodinámica de la cultura*. Buenos Aires, Paidós, 1974.

MORIN, E.: *El espíritu del tiempo. Ensayo sobre la cultura de masas*. Madrid, Taurus, 1968.

ROSITI, Franco: *Historia y teoría de la cultura de masas*. Barcelona, Gustavo Gili, 1980.

SWINGEWOOD, A.: *El mito de la cultura de masas*. México, La Red de Jonás, Premia Editora, 1979.

ZALLO, R.: *Economía de la comunicación y de la cultura*. Madrid, Akal ed., 1988.

CAPÍTOLS 12 a 15 (Veure també, obres generals)

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

CAZENEUVE, J.: *El hombre telespectador*. Barcelona, Gustavo Gili, 1974.

GROOMBRIDGE, B.: *La televisión y la gente*. Caracas, Monte Avila, 1976.

HALLORAN, J.: *Los efectos de la televisión*. Madrid, Editora Nacional, 1974.

KATZ, E.; LAZARSFELD, 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, M.: *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, E.: *Efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Barcelona, Ariel, 1987.

VALBUENA, F.: *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.

COSSIO, C.: *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.

LOPEZ PINTOR, R.: *La opinión pública española: del franquismo a la democracia*. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas, 1982.

MONZON ARIBAS, 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, J.: *Las encuestas de opinión pública*. Madrid, Editora Nacional, 1973.

STOETZEL, J.: *Teoría de las opiniones*. Caracas, Universidad Central de Venezuela, 1972.

TARDE, G.: *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, J.: *La educación por televisión*. Pamplona, Editorial Universidad de Navarra, 1980.

ERAUSQUIN, M.A. et alii: *Los teleniños*. Barcelona, Laia, 1981.

JAMISON, D.T.; MCANANY, Emile G.: *La radio al servicio de la educación y el desarrollo*. Madrid, Ministerio de Educación y Ciencia, 1981.

PARÉS I MAICAS, M.: *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, M.L., BARTOLOMÉ CRESPO, Donaciano: *Prensa: su didáctica, teoría, experiencias y resultados*. Madrid, UNED, 1988.

CAPÍTOL 22

DUMAEDIER, J.: *Hacia una civilización del ocio*. Barcelona, Estela, 1964. (Hi ha una nova edició de Laia).

GRAZIA, S. de: *Tiempo, trabajo y ocio*. Madrid, Tecnos, 1966.

LÓPEZ ARANDA, B. et alii: *Tiempo libre y educación*. Madrid, Escuela Española, 1982.

PUIG ROVIRA, J.M., TRILLA, Jaume: *La pedagogía del ocio*. Barcelona, Ed. Laertes, 1987.

SUE, R.: *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, J.: *El debate internacional de la comunicación*. Barcelona, Ariel, 1986.

- GIORDANO, E., Zeller, C.: *Europa en el juego de la comunicación global*. Fundesco, Madrid., 1988.
- HAMELINK, C.: *La aldea transnacional. El papel de los trusts en la comunicación mundial*. Barcelona, Gustavo Gili, 1981.
- LUSSATO, B.: *El desafío informático*. Barcelona, Planeta, 1981.
- MARTÍN, J.: *La sociedad interconectada*. Madrid, Tecnos, 1980.
- RISPA, R. (ed.): *Nuevas tecnologías en la vida cultural española*. Madrid, Fundesco, 1985.
- RUÍZ ELBRIDGE, A. (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 parciais, 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.
3. La nota final s'estableix en funció de la mitjana dels tres elements de prova esmentats.

CODI : 3019 - OPINIÓ PÚBLICA

PROF.: JORDI BERRIO

DEPARTAMENT DE PERIODISME

TEMARI

PART 0: Introducció.

Delimitació de la matèria que anem a estudiar. La present assignatura dins el conjunt de matèries teòriques que configuren l'àmbit de la teoria de la comunicació

Comentari global, des del punt de vista epistemològic, de les ciències socials. Els problemes epistemològics que presenten les dites ciències.

PART I: El marc sociològic de la comunicació col·lectiva.

1. *L'evolució de les estructures de la societat.*
El pas de la societat tradicional a la denominada "societat industrial".
2. *La societat postindustrial.*
Les seves estructures de classes, econòmiques i de poder. Alguns aspectes de l'estructura econòmica: el paper del treball, el paper del coneixement. L'armamentisme i el sistema econòmic. La ciència i la tecnologia al servei del sistema econòmic i social.
3. *L'estructura comunicativa en la societat actual.*
Evolució de la comunicació interpersonal. La comunicació col·lectiva i el seu paper dins la societat industrial. Les noves tecnologies i l'evolució de les societats contemporànies.
4. *La cultura en les societats modernes i la seva evolució.*
La denominada cultura de la modernitat. La indústria cultural com a erosionadora de la cultura moderna. El final de les avantguardes. El final de les ideologies clàssiques. La situació actual. Breu descripció i ànalisi crítica. Què es vol dir amb el concepte de postmodernitat?

PART II: El comportament col·lectiu.

5. *De la psicologia individual a la col·lectiva.*
La multitud, el públic i la massa. Els treballs de Gustave Le Bon, Sigmund Freud sobre la conducta de les multituds. Les diferències entre la conducta de l'individu aïllat i el situat dins d'una multitud. La pretesa "ànima col·lectiva" de les multituds.
6. *La massa i la multitud.*
L'home massa i la massa. Els conceptes de José Ortega y Gasset. Característiques de la massa. La societat de masses. El públic. Característiques distintives. De la societat de públics a la societat de massa.

PART III: L'opinió pública.

7. *Origen històric dels fenòmens i del concepte d'opinió pública.*
El públic i el privat a través de la història. La publicitat representativa medieval. El públic i el privat a l'era industrial. La publicitat burgesa.

8. *La formació del públic burgès.*
L'educació i la lectura en la formació de la personalitat. El paper de la premsa.
9. *El sistema polític i econòmic liberal.*
El paper de l'opinió pública en la democràcia liberal. Com es forjava l'opinió pública. La discussió racional. Opinió pública i veritat.
10. *Critica al concepte d'opinió pública liberal.*
Els casos de Wilfredo Pareto i Sigmund Freud. El paper dels factors irracionalistes en la conducta. La denúncia de la inexisteència de l'opinió pública burgesa feta per Karl Marx.
11. *Els estudis contemporanis de l'opinió pública de part de la psicologia social i de la sociologia.*
Els processos de formació de l'opinió pública. El paper dels mitjans de comunicació. Els estudis sobre efectes dins la sociologia nord-americana. Les darreres formulacions dels efectes sota bases cognitives. Determinació i mesura de l'opinió pública. Les enquestes d'opinió i la seva valoració.

PART IV.: L'opinió pública a la societat actual.

12. *L'opinió pública existeix?*
El funcionalisme sistèmic. La societat complexa de Niklas Luhmann. El sistema polític i els mitjans de comunicació. L'opinió pública a la societat complexa.
13. *L'opinió pública des de la sociologia crítica.*
El procés d'erosió de l'opinió pública burgesa. La nova confusió entre el públic i el privat. El tancament dels àmbits socials d'opinió. La pèrdua d'autonomia de l'individu. La noció de realitat social fabricada pels mitjans de comunicació. La publicitat postburguesa.
14. *La necessitat de reformulació de l'opinió pública a les societats actuals.*
L'opinió pública reformulada i la nova democràcia.

BIBLIOGRAFIA

- ARON, R.: *18 Lliçons sobre la societat industrial.* Barcelona, Delos-Aymà, 1965.
- BELL, D.: *El advenimiento de la sociedad post-industrial.* Madrid, Alianza, 1976.
- BELL, D.: *Las contradicciones culturales del capitalismo.* Madrid, Alianza, 1982.
- BOCKELMANN, F.: *Formación y funciones sociales de la opinión pública.* Barcelona, Gustavo Gili, 1983.
- FREUD, S.: *Psicología de las multitudes.* Madrid, Alianza, 1969.
- GIDDENS, A.: *La estructura de clases en las sociedades avanzadas.* Madrid, Alianza, 1983.
- HABERMAS, J.: *Historia y crítica de la opinión pública.* Barcelona, Gustavo Gili, 1981.
- MARCUSE, H.: *Per una nova definició de la cultura.* Barcelona, Edicions 62, 1971.
- NOELLE, E.: *Encuestas en la sociedad de masas.* Madrid, Alianza, 1970.
- SAPERAS, E.: *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas.* Barcelona, Ariel, 1987.

- STOETZEL, J. y GIRARD, A.: *Las encuestas de opinión pública.* Madrid, Instituto de la Opinión Pública, 1973.
- TARDE, G.: *La opinión y la multitud.* Madrid, Taurus, 1986.
- YOUNG, K. et alii: *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.