

CULTURA DE MASSA I SOCIETAT  
Llicenciatura de Comunicació Audiovisual  
7è quadrimestre  
5 crèdits  
Codi: 20786  
Professor Jordi Berrio

### **Objectius de l'assignatura**

A través de l'estudi dels productes culturals es pretén de fer entendre les diferents cultures i els seus nivells en estreta relació amb els altres aspectes de l'estructura social. No es pot entendre la cultura de massa sense tenir en compte les característiques que presenten les societats contemporànies occidentals; tampoc sense tenir en compte les tecnologies que han permès el tipus de producció, distribució i consum que es fa ara.

El curs tractarà de donar una idea aproximada, però, suficient de les característiques més importants que informen la cultura del nostre temps, des de les perspectives de la sociologia de la cultura, dels estudis de comunicació i de l'antropologia social. Es procurarà, doncs, de proporcionar els instruments per a comprendre críticament el complex fenomen que constitueix la cultura actual amb els seus nivells específics.

### **Característiques del curs i mètode d'avaluació**

Els diferents temes i lliçons es fonamentaran en la bibliografia que es fa constar en el programa i en la que proporcionarà el professor, de manera complementària, en les classes.

Les classes serviran per donar informació complementària i, de manera especial, per tal de significar, interpretar i criticar els continguts dels temes.

Es procurarà que les diferents qüestions estudiades siguin il·lustrades amb els exemples pertinents a través de les tecnologies que estiguin a la nostra disposició.

L'assignatura s'avaluarà a través d'un examen a través del qual els alumnes han de demostrar la seva comprensió del tema, gràcies al treball que han fet de la bibliografia i l'aprofitament de les classes. Es valorarà, de manera especial, la possibilitat de comprensió que l'alumne haurà adquirit dels temes objecte d'estudi. Els detalls concrets del referit examen s'explicaran en el moment oportú.

### **PROGRAMA**

Introducció.

Les distintes nocions de cultura. Assaig de definició. Les parts que s'hi poden distingir. La importància del llenguatge com a nucli de la cultura.

Els nivells de cultura. Els nivells en les cultures històriques.

Qüestió de noms. Anàlisi crítica de les diferents denominacions que prenen la cultura i els seus nivells.

#### Bibliografia de la introducció

BERRIO, Jordi (1993 "Qüestió de noms" a *Jordi Berrio. Treballs sobre cultura contemporània*" Barcelona: Servei de Publicacions Elisava

SHILS, Edward (1974) "La sociedad de masas y su cultura" a BELL, Daniel i altres "*Industria cultural y sociedad de masas*" Caracas: Monte Avila Editores.

#### Tema 1 La cultura i les seves mediacions.

1.1 La cultura entesa com a mediació. Les mediacions tècniques en la cultura. Influència que poden tenir les tècniques i els instruments en els continguts. Des dels rotlles a la impremta de Gutenberg El paper de l'escriptura en la cultura occidental com a model de la importància de les mediacions.

1.2. Les noves mediacions tècniques aplicades a la cultura l litografia, la fotografia fixa i en moviment. Els mitjans electrònics. La nova generació de productes culturals a l'època de la reproductibilitat tècnica.

#### Bibliografia

BERRIO, Jordi "La transmissió cultural i les mediacions de la cultura" a (1993) *Jordi Berrio. Treballs sobre cultura contemporània*. Barcelona: Servei de Publicacions Elisava.

JARVIE, I.C. (1974) *Sociologia del cine*. Madrid: Guadarrama. (caps 1,2)

McLUHAN, Marshall "Palabra hablada ¿Flor del Mal?" i "Palabra escrita. Ojo por oido" a (1996) *Para comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós.

WILLIAMS, Raymond (1992) *Historia de la comunicación*. Vol 2. Barcelona: Bosch Casa Editorial.

#### Tema 2 Societat i cultura

2.1 La cultura dins de l'estructura social. Evolució cultural en relació amb les transformacions de l'economia i de la política. Els punts de vista idealista, materialista i materialista dialèctic en les relacions estructurals.

2.2 Característiques generals de la cultura en l'Antic Règim. Nivells i tipus d'activitats. Indústria artesanal. Condició social dels professionals de la cultura. Característiques dels productes artesanals i de les obres d'art en aquesta època.

2.3 La societat burgesa. Les transformacions en el consum cultural. El mercat cultural. Els canvis experimentats en les professions culturals. Els intel·lectuals. L'art i l'estètica dins l'era burgesa.

2.4 Societat industrial i indústria de la cultura. El cinema com a model de les indústries culturals posteriors. L'elaboració en sèrie. L'equip de producció. La distribució i el consum. Afinitats i diferències amb el teatre i la novel·la. El guió cinematogràfic i el text literari.

2.5 La societat complexa i la seva cultura. De la cultura consumida massivament a les diversificacions actuals del mercat cultural. La ràdio i la televisió. L'impacte de les darreres mediacions tècniques.

### Bibliografia del tema

WILLIAMS, Raymon (1982) *Cultura. Sociologia de la comunicació y del arte*. Barcelona: Paidós (Caps 2,4,7)

WILLIAMS, Raymond (ed.) 1992 *Historia de la comunicació*. Vol 2. Barcelona: Bosch Casa Editorial.

### Tema 3 La cultura de massa

3.1 La cultura de massa com a civilització. Productes culturals i artístics; activitats i conductes. La indústria de la cultura com a forma hegemònica de producció cultural en el moment actual.

3.2 Característiques dels productes de la cultura de massa. Apropament al consumidor. Manipulabilitat, Actualitat i actualització. El problema de l'autor. Aspectes estètics. Kitsch com a estètica de la cultura de massa.

3.3 La dimensió mítica de la cultura de massa. Herois i heroïnes. La producció i reproducció de mites antics i moderns.

3.4 Nivells dins la cultura de massa actual. La cultura de massa ja no és de massa? Producció i públics en el consum cultural contemporani.

3.5 Dimensió cognoscitiva de la cultura de massa. La decadència del text i extensió de la nova oralitat. Aspectes epistemològics de la comunicació visual.

## Bibliografia del tema

- BENJAMIN, Walter (1983) *L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica*. Barcelona: Edicions 62.
- MORIN, Edgar (1995) "Una nueva era de la cultura de masas: La crisis de la felicidad" a *Sociología*. Madrid: Tecnos.
- ROSITI, Franco (1980) *Historia y teoría de la cultura de masas*. Barcelona: Gustavo Gili. (caps.III, IV, VIII).

## Tema 4 El debat teòric a l'entorn de la cultura contemporània.

4.1 La posició de la sociologia crítica respecte de la indústria de la cultura. La indústria cultural com a nou instrument de dominació.

La crítica a l'imperialisme cultural.

4.2 Els mitjans de comunicació com a instruments de democratització de la cultura i defensa de la cultura de massa.

4.3 El debat cultural del nostre temps. Les veus crítiques contra les posicions racionalistes en art i disseny, en l'epistemologia científica, en les concepcions de la societat. S'ha acabat l'època de les teories totalitzadores? Característiques de la postmodernitat. Els productes de indústries culturals i la postmodernitat. Final o reconstrucció de la modernitat.

## Bibliografia del tema

- BELL, Daniel i altres (1974) *Industria cultural y sociedad de masas*. Caracas: Monte Avila
- JAMESON, F. (1992?) *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona: Paidós.

## Bibliografia general complementària.

- ARNHEIM, Rudolf (1973) *El pensamiento visual*. Buenos Aires: Editorial Universitaria de Buenos Aires.
- BARNICOAT, J. (1973) *Los carteles. Su historia y lenguaje*. Barcelona: Gustavo Gili.
- BELL, Daniel (1982) *Las contradicciones culturales del capitalismo*. Alianza Editorial.
- BIRNBAUM, N (1968) *La crisis de la sociedad industrial*. Buenos Aires: Amorrortu.

BOURDIEU, Pierre (1991) *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.

GUBERN, Román (1987) *La mirada opulenta*. Barcelona: Gustavo Gili.

McLUHAN, Marshall (1973) *La galaxia Gutenberg*. Barcelona: Edicions 62.

MARTÍN-BARBERO, Jesús Martín (1987) *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili.

MAY, Rollo (1992) *La necesidad del mito*. Barcelona: Paidós.



Universitat Autònoma de Barcelona

Departament de Periodisme  
i de Ciències de la Comunicació

A large, stylized handwritten signature is written in black ink on the left side of the page, overlapping the UAB logo area.