

Llicenciatura de Periodisme.

Quart curs, segon semestre

Assignatura: *Seminari de qüestions actuals de comunicació:*

Anàlisi i reflexió sobre algunes produccions de la indústria de la cultura

Professor: Jordi Berrio

COOI 20752

1999-2000

TEMARI

I Reflexió.

1. Algunes generalitats sobre la cultura.
2. Les mediacions de la cultura.
3. Els mitjans àudio-visuals en tant que mediacions.
4. Algunes claus per a entendre la naturalesa de la cultura contemporània.
5. La cultura de masses i la seva evolució.

II Anàlisi.

1. Sobre l'anàlisi de contingut d'un producte àudio-visual.
2. Alguns pressupostos metodològics referents a l'anàlisi de contingut.
3. Concreció del producte a estudiar. Determinació de les seves característiques.
4. Sobre la tècnica d'anàlisi concreta que emprarem.

Bibliografia.

BENJAMIN, Walter, (1983) *L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica*.
Barcelona: Edicions 62.

BERRIO, Jordi (1999) *Estudis sobre cultura contemporània*. Bellaterra: Servei de
Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona.

McLUHAN, Marshall (1972) *La galàxia Gutenberg. La formació de l'home tipogràfic*.
Barcelona: Edicions 62.

MÈTODE D'AVUACIÓ

El curs atndrà dos aspectes fonamentals. Per un cantó procurarà de proporcionar alguns coneixements sobre el tema de la cultura de massa. Per altra, es realitzarà l'anàlisi de coneguts d'una producció àudio-visual. Cada alumne haurà de fer un treball individual. L'avaluació es farà sobre aquest treball i sobre la seva participació general en el curs.

Llicenciatura: Periodisme

Curs: 4art

Títol assignatura: Seminari de Qüestions Actuals de Comunicació

LA INFORMACIÓ ÉS NEUTRE O SEXUADA?

La representació de gènere en els mitjans de comunicació.

Codi: 20752

1999-2000

Nombre de crèdits: 2

Semestre: Segon

Professora responsable: Elvira Altés

Objectius:

Sota l'aparença d'un discurs neutre i universal els mitjans de comunicació donen la paraula a un subjecte adult, de gènere masculí (que també inclou algunes dones), de classe mitjana, de medi urbà i de societat avançada. Un protagonisme omnipresent que defuig la diferència i situa altres col·lectius en l'alteritat.

Una sèrie d'investigacions quantitatives i qualitatives demostren que la representació de les dones en els mitjans de comunicació és inferior a la seva participació en la vida social i que els estereotips més tradicionals s'utilitzen encara per descriure i adjectivar els gèneres, tant el femení com el masculí.

Aquest serà el punt de partença per plantejar un debat entorn les pràctiques periodístiques i els seus resultats en cada una de les etapes del procés: producció, continguts i audiències. S'analitzaran els discursos elaborats pels mitjans de comunicació i la seva incidència en el canvi social.

Temari:

Tema 1. Universalitat i diferència. L'objectivitat, la pluralitat i altres bla-bla-blas legitimadors dels mitjans de comunicació. La "construcció" de l'alteritat com allò que està fora de la norma.

Tema 2. El gènere i el sexe. La interpretació cultural i política del sexe biològic. La diferència i la jerarquia. El repartiment de papers, el concepte de "rol sexual", la divisió del treball i les institucions socials implicades.

Tema 3. La representació dels gèneres: arquetips normatius i estereotips simplificadors. Les imatges i el llenguatge com a vehicles de la transmissió ideològica en els mitjans de comunicació.

Tema 4. Les dones com a productores, protagonistes i receptores dels productes mediàtics. Investigacions quantitatives i qualitatives de la presència i l'absència de les dones en tot el procés comunicatiu.

Tema 5. Les decisions pretextuals, textuais i supratextuals. El circuit de les notícies: fonts, protagonistes, escenaris, imatges i llenguatge. Peculiaritat de cada secció: política, societat, esports, economia, cultura, gent i opinió. Possible influència de les professionals dels mitjàs en el procés de producció i els continguts.

Tema 6. Elements de la construcció del discurs "neutre" dels mitjàs: la utilització del genèric masculí, l'adjectivació, la identificació i els estereotips.

Tema 7. La perspectiva de gènere o la reinterpretació de la informació des de la pluralitat i l'alteritat. El plus de significació que aporta la mirada sexuada.

Previsió de pràctiques:

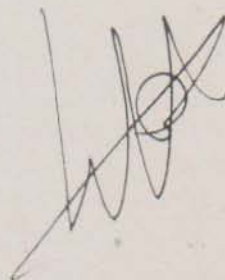
Caldrà portar a terme una anàlisi, que podrà ser qualitativa o quantitativa, d'un producte mediàtic, el qual podrà incloure un o més exemplars d'una publicació o d'un programa de ràdio o televisió. La orientació del treball serà en base als temes que es tractaran en el seminari i podrà fer-se en grups de fins a tres alumnes.

Mètode d'avaluació:

Es valorarà l'assistència a classe, la participació activa en els debats que es proposin, així com la realització de treballs d'anàlisi d'un producte mediàtic, bé de forma individual o en grup.

Bibliografia bàsica:

- Agacinski, Sylviane *Política de sexos*, Taurus, Madrid 1998
- Altes, Elvira, Bach, Marta, Gallego, Joana et alt. *El sexe de la notícia. Reflexions sobre el gènere a la informació i recomanacions d'estil*. Diputació de Barcelona. Barcelona. 1999
- Altés, Elvira *Imágenes de las mujeres en los medios de comunicación. Líneas actuales de investigación*. Instituto de la Mujer. Serie Documentos. Madrid 1999
- Bueno Abad, José Ramón, *Estudio longitudinal de la presencia de la mujer en los medios de comunicación de prensa escrita*. Nau Llibres. València. 1996
- Díez Nicolás, Juan (ASEP), *La presencia de las mujeres en los medios de comunicación: propietarias, directivas, reporteras*. Instituto de la Mujer. Madrid 1998.
- Fagoaga, Concha, "Género, sexo y élites en los medios informativos" en *La flotante identidad sexual. La construcción del género en la vida cotidiana de la juventud*. Instituto de Investigaciones Feministas. OCM. Dirección General de la Mujer, Comunidad de Madrid. Madrid 1993.
- Gallagher, Margaret, *An Unfinished Story: Gender Patterns in Media Employment*. Reports and Papers in Mass Communication, 110. UNESCO. París 1995.
- Gallego, Joana, *Mujeres de papel. De ¡Hola! a Vogue, estudio sobre la prensa femenina en la actualidad*. Icaria Editorial. Barcelona 1990.
- Gallego, Joana i del Río, Olga, *El sostre de vidre. Situació socio-professional de les dones periodistes a Catalunya*. Institut Català de la Dona. Barcelona 1994.
- Gallego, Joana i alt. *Gènere i Informació: radiografia d'una absència i Periodisme esportiu: només per a ells?* Associació de Dones Periodistes de Catalunya, Ajuntament de Barcelona y Institut Català de la Dona. Barcelona 1998.
- Izquierdo, Jesusa, *El malestar en la desigualdad*. Ediciones Cátedra. Serie Feminismos. Madrid 1999.
- Martín Serrano, Manuel et alt. *Las mujeres y la publicidad. Nosotros y vosotros según nos ve la televisión*. Instituto de la Mujer. Madrid 1995.
- Pearson, Judy C. et alt. *Comunicación y género*. Paidós. Barcelona 1993.



SEMINARI DE QUESTIONS ACTUALS DE COMUNICACIO

LLICENCIATURA DE PERIODISME

8é QUATRIMESTRE

CODI 20752

1999-2000

PROFESSOR: MANUEL PARÉS I MAICAS

ELS TEMES D'ACTUALITAT INFORMATIVA I LA
SEVA DIMENSIO ETICA

(2 crèdits)

Cada vegada hom observa amb més claredat que els temes actuals que teen una difusió informativa, especialment els de naturalesa conflictiva, requereixen una anàlisi ètica, car és una perspectiva que no sempre es té prou en consideració.

Per això ens proposem estudiar una sèrie de temes que han estat ampliament debatuts en els mitjans de comunicació, principalment en la premsa diària, a la llum d'uns conceptes que podem integrar en el marc conceptual d'una ètica de la comunicació social.

Aquest enfocament té, per tant, per finalitat conjugar una perspectiva conceptual i alhora una qüestió de naturalesa real.

Tot seguit exposo el programa que proposo desenvolupar.

PROGRAMA

1. - La comunicació social i el paper que hi juguen la ideologia, els interessos, el sistema de valors i les mentalitats.

Paper de la intencionalitat, la persuasió, la seducció i la manipulació

2. - Comunicació política, comunicació intercultural i comunicació internacional.

3. - Els mitjans de comunicació: públics i privats. Les dimensions de servei públic i empresarial. Els grups multimedia. El paper del mercat

4. - Les formes de comunicació social:

La informació d'actualitat. Les fonts, Les agències d'informació

La propaganda: política, electoral, religiosa

La desinformació, la mentida

Les relacions públiques

5. - Els professionals de la comunicació: els periodistes, els crítics, els relacionistes, els intel·lectuals.

6. - El Dret de la comunicació: textos legals El dret a la comunicació com a dret humà fonamental. El dret a l'honor, a la intimitat i a la pròpia imatge.

7. - Ètica, conceptes, característiques i tipus.

8. - Ètica de la comunicació social. Responsabilitat dels diferents actors: empreses, professionals. Ètica de la comunicació política. Ètica i sondejos d'opinió

Els codis de deontologia

9.- L'ensenyament i la recerca en el camp de l'ètica de la comunicació

AVALUACIÓ

Els estudiants que participin en aquest curs hauràn de fer un treball de recerca, d'una extensió mínima de 20 pàgines, el qual hauran de lliurar en acabar el curs.

El tema del treball serà convingut directament entre el professor i l'estudiant, el qual presentàra previament un esquema de la recerca que desitgi realitzar

Juny 1999

MANUEL PARÉS I MAICAS

ETICA DE LA COMUNICACION

BIBLIOGRAFIA

- Alsius, Salvador, Ètica i periodisme, Pòrtic editorial, Barcelona, 1998
- Annals de Periodisme Català. L'ètica de cada dia. Col·legi de Periodistes de Catalunya. Barcelona, gener-juny 1993
- Aubin, Henri et d'autres, Questions d'éthique, jusqu'où peuvent aller les journalistes?, Editions Québec-Amérique Montréal, 1991
- Aznar, Hugo, Ètica y Periodismo. Códigos, estatutos y otros documentos de autoregulación, Paidós, Barcelona, 1999
- Barroso, Porfirio, Fundamentos deontológicos de las ciencias de la información, Ed. Mitre, Barcelona, 1985
- Id.Id., Códigos deontológicos de los medios de comunicación, Ed. Paulinas, Madrid, 1984
- Bélanger, Rodrigue, et d'autres, Ethique de la communication publique et de l'information, Cahiers de recherche éthique, Corporation des Editions Fides, Rimouski, Québec, 1992
- Belsey, Andrew, Chadwick, Ruth, Ethical issues in Journalism and the Media, Routledge, London, 1992
- Bonete Perales, Enrique, coord., Éticas de la información y deontologías del periodismo, Tecnos, Madrid, 1995
- ID. ID., ed., Ètica de la comunicació audiovisual, Tecnos, Madrid, 1999
- Brown, L., ¿Cumple la prensa su deber? Crítica al periodismo, su responsabilidad social, Editores Asociados, México, 1977

Clement Jones, J., Déontologie de l'information (codes et conseils de presse, étude comparative des règles de la morale pratique dans les métiers de l'information à travers le monde), Unesco, Paris, 1981

Cornu, D., Journalisme et vérité. Pour une éthique de l'information, Labor et Fides, Genève, 1994

Cortina, Adela, Hacer reforma. La ética de la sociedad civil, Grupo Anaya, Madrid, 1995

Christians, Clifford, Traber, Michael, eds., Communication Ethics and Universal Values, Sage, London, 1997

Denton, Robert E., ed., Ethical dimensions of political communication, Praeger, New York, 1991

Day, Louis. A., Ethics in Media Communications: cases and controversies, Wadsworth, Belmont, California, 1991

Ethique et communication, Beauchesne, Paris, 1991

Ètica i comunicació social (III Converses a la Pedrera), Centre d'Investigació de la Comunicació, Generalitat de Catalunya, Barcelona, 1993

Fernández Areal, Manuel, dir., La comunicación política, Diputación de Pontevedra, Vigo, 1996

Fernández Fernández, José Luis, Hortal Alonso, Augusto, Ètica de las profesiones, Universidad Pontificias, Madrid, 1994

González Bedoya, J., Manual de deontología informativa, Ed. Alhambra, Madrid, 1987

Herrán, Maria Teresa, Restrepo, Javier Darío, Ètica para periodistas, Tercer Mundo editores, Santafé de Bogota, 1992

Johanessen, R.L., Ethics in Human Communication, Waveland Press, Prospect Heights, Illinois, 1990

Lambeth, Edmund B., An Ethic for the Profession. Committed Journalism, Indiana University Press, Bloomington and Indianapolis, 1992. Traducción castellana, Periodismo comprometido. Un código de ética para la profesión, Limusa, México, 1992

Leftwich, A., ed., What is politics? The activity and its study, Blackwell, Oxford, 1984

Libois, B., ed., Ethique de l'information. Essai sur la déontologie journalistique, Université de Bruxelles, Bruxelles, 1994

Marques de Melo, José, organizador, Transformações do jornalismo brasileiro. ética e técnica, Intercom, Sao Paulo, 1994

Merrill, John C., The Dialectic in Journalism. Toward a responsible use of free Freedom, Louisiana State University Press, Baton Rouge, 1989

Nordenstreng, K., Topuz, H., Journalist: Status and Responsibilities, International Organization of Journalists, Prague 1989

Parés i Maicas, Manuel, Introducción a la comunicación social, ESRP - PPU, Barcelona, 1992

Id id., The Ethics of Political Communication, European Journal of Communication, vol. 10, num 4, pags. 475-495

Prisma, Etica y comunicación social, Universidad Católica del Uruguay, Montevideo, núm. 2, septiembre 1994

Pissarra Esteves, Joao, A ética da comunicação e os media modernos, Fundação Calouste Gulbenkian - Junta nacional de investigação científica e tecnológica, Lisboa, 1998

Rivers, William L., Methews, Cleeve, La ética en los medios de comunicación, Ed. Gernika, México D.F., 1992

Russ, Jacqueline, La pensée éthique contemporaine, Presses Universitaires de France, Paris, 1994

Schmuhl, R., ed., Las responsabilidades del periodismo, Mitre, Barcelona, 1985

Schramm, Wilbur, Responsibility in Mass Communication, Harper & Row, Publ., New York, 1957

Siebert, F.S., Peterson, T., Schramm, W., Four Theories of the Press. The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility and Soviet Communist. Concepts of What Press Should be and do, University of Illinois Press, Urbana and Chicago, 1956

Spero, R., The Doping of the American Voter: Dishonesty and Deception in Presidential Television Advertising, Lippincott and Crowell, New York, 1980

Thayer, Lee, Ed., Ethics, Morality and the Media, Hastings House,

New York, 1980

Vagovic, Esteban, Ètica comunista, Ediciones Desclée de Brouwer,, Bilbao, 1964

Vázquez, Francisco, Fundamentos de ética informativa, Ed. Forja, Madrid, 1983

Id id., Ètica y deontología de la información, Ed. Paraninfo, Madrid, 1991

Villanueva, Ernesto, Códigos europeos de ética periodística. an análisis comparativo, Fundación Manuel Buendía, México, D.F., y Centre d'Investigació de la Comunicació, Generalitat de Catalunya, Barcelona, 1996

Willet, Gilles, dir., La communication modélisée. (une introduction aux concepts, aux modèles et aux théories), capítol de Gilles Gauthier, L'éthique de la communication, Editions du renouveau pédagogique, Ottawa, 1992, pags. 546-579

Bellaterra, juny 1999

MANUEL PARÉS I MAICAS

