

DE MORAGAS, Miquel (ed.)

(JGC)

PRIMERA PARTE: DESCRIPCIÓN

1. Información bibliográfica.

a. Del libro reseñado

DE MORAGAS, Miquel (editor), Sociología de la comunicación de masas (cuatro volúmenes: I. Escuelas y autores, II. Estructura, funciones y efectos, III. Propaganda política y opinión pública, IV. Nuevos problemas y transformación tecnológica), tercera edición, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1985, por volúmenes: I. 207 páginas, II. 206 páginas, III. 222 páginas, IV. 216 páginas.

c. De la primera edición en español.

Un solo volumen, Barcelona, Gustavo Gili, 1979, 494 páginas

2. Descriptores conceptuales de contenido.

a. Epistemología. Positivismo, (Hermenéutica, Sistémica)

b. Fuentes. Sociología Funcionalista, (Sociología crítica-cultural, Economía Política, Cibernética, Psicología Social)

c. Comunicología. Difusión

d. Macro-objeto. Sociedad

e. Objeto específico. Medios de difusión

SEGUNDA PARTE: CONTENIDO

3. Ubicación campal de la obra.

a. Clasificación campal. Dentro-dentro

b. Época. Los ochenta. Desarrollo del espacio conceptual

c. Región. Europa

4. Contenido de la obra.

a. Género. Reader

b. Índice de la obra.

Primer volumen. Escuela y autores.

Prólogo a la tercera edición 7

Presentación al primer volumen 13

Introducción. El lugar de la Sociología en la investigación sobre Comunicación de Masas, de Miquel de Moragas Spá 15

Tendencias de la investigación en el sector de las comunicaciones humanas, de Morris Janowitz/ Robert Oscar Schulze	24
Las investigaciones sobre los efectos de los mass-media, de Gianni Statera	51
Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina, de Luis Ramiro Beltrán	73
Contribución a una economía política de la comunicación de masas, de Nicholas Garnham	108
La mediación de los medios de comunicación, de Manuel Martin Serrano	141
Comunicación y anticipación utópica. Contribuciones de la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt a la Sociología de la comunicación, de Enric Saperas Lapiedra	163
Bibliografía citada del primer volumen	179
Bibliografía básica recomendada en lenguas castellana y catalana	194
Selección de revistas especializadas	203
Segundo volumen. Estructuras, funciones y efectos	
Presentación al segundo volumen	7
Introducción. Primeros descubrimientos de los efectos de la comunicación, crisis posterior y nuevos planteamientos, de Miquel de Moragas Spá	11
Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada, de Paul Felix Lazarsfeld/Robert King Merton	22
Estructura y función de la comunicación en la sociedad, de Harold D. Lasswell	50
Análisis funcional y comunicación de masas, de Charles R. Whright	69
La invasión desde Marte, de Hadley Cantril	91
Efectos a corto y a largo plazo en el caso de los films de “orientación” o propaganda, de Carl I. Hovland/Arthur A. Lumsdaine/Fred D. Sheffield	111
Usos y gratificaciones de la comunicación de masas, de Eliu Katz/ Jay G. Blumler/ Michael Gurevitch	127
¿El público perjudica a la televisión?, de Umberto Eco	172

Bibliografía citada del segundo volumen	197
Tercer volumen. Propaganda política y opinión pública	
Presentación al tercer volumen	7
Introducción. Política y sociología de la comunicación de masas, de Miquel de Moragas Spa	10
La campaña electoral ha terminado, de Paul Felix Lazarsfeld	20
Procesos políticos: la misión de los mass-media, de Bernard B. Berelson/ Paul Felix Lazarsfeld/ William N. McPhee	40
Los mass media y las elecciones de Kart y Gladis Engel Lang	66
La comunicación de masas en las campañas políticas: información, gratificación y persuasión, de Maxwll E. McCombs	95
Goebbels y sus principios propagandísticos, de Leonard W. Doob	122
El secreto del éxito de Hitler: La violencia psíquica, de Serge Tchakhtine	154
La televisión y las elecciones, de Ronald Cayrol	192
Bibliografía citada del tercer volumen	211
Cuarto volumen. Nuevos problemas y transformación tecnológica	
Presentación al cuarto volumen	7
Introducción. Transformación tecnológica y tipología de los medios. Importancia política de la noción de ámbito comunicativo, de Miquel de Moragas Spa	11
La telecomunicación y el cambio social, de Daniel Bell	34
Nuevas tecnologías e investigación sobre las comunicaciones de masas, de Giuseppe Richeri	56
Veintitrés notas para un debate político sobre la comunicación, de Armand Mattelart/ Jean-Marie Piemme	81
El debate sobre la circulación internacional de la comunicación, de Marcial Murciano	100

Políticas de comunicación: un reto actual, de Enrique Bustamante Ramírez	125
La comunicación política moderna: entre partidos de masa y mass-media, de Giorgio Grossi	144
Comunicación, pueblo y cultura en el tiempo de las transnacionales, de Jesús Martín Barbero	165
La comunicación alternativa: crisis y transformación. La experiencia europea, por Emili Prado Pico	183
Bibliografía citada del cuarto volumen	209

c. Síntesis del contenido, tomando como punto de partida el índice.

Este es un reader, quizás el primero en su tipo en lengua española, compilado por un miembro del campo académico de la comunicación en español, aunque el hubiera preferido quizás que fuera en catalán. El texto está dividido en cuatro volúmenes, herencia directa de su primer edición en tres partes, la segunda edición agrega la cuarta parte dedicada a nuevos problemas y a mirar a las emergentes nuevas tecnologías de información y comunicación (era el año 1985, todo comenzaba recién). Los títulos de los tres primeros volúmenes marcan la pauta de un programa de investigación sobre teoría de la comunicación en una perspectiva social, el libro lleva el título de Sociología de la comunicación de masas. El mismo título recorta el campo de revisión, la comunicación de masas, los medios de difusión, y la perspectiva sociológica del asunto. Es decir las relaciones entre medios y sociedad contemporánea. Y vienen después los títulos y temas de los tres primeros volúmenes, partes de la obra original en su primera edición. Primero, escuelas y autores. Aquí se pasa revista a lo que se percibe entonces como la teoría de la comunicación de masas, por la época en que fue redactado se distingue la ausencia de los estudios culturales, y la presencia de la apuesta de las mediaciones de Manuel Martín Serrano, todo lo demás es norteamericano, autores que escriben en inglés en Estados Unidos. Segundo, estructuras, funciones y efectos. Aquí aparece el gran tema del estudio de los medios, los efectos, la construcción de la empresa de medios. La fascinación por su presencia global era entonces absoluta, y hoy lo sigue siendo. Tercero, propaganda política y opinión pública. Este es quizás el gran tema de estudio de los medios en la época previa a la redacción del libro, la política, la sociedad afectada por los medios, la opinión pública. Y por último las nuevas corrientes. Aquí si aparecen los estudios culturales en la pluma de su gran difusor, Jesús Martín Barbero. Y también el tema que marcaría las siguientes décadas, las nuevas tecnologías de información y comunicación. La obra se completa con bibliografía en español y catalán y la escrita en otros idiomas, la mayoría, y sobre todo en inglés.

d. Sugerencia: ¿cuál es la parte más importante?

Es un reader, un menú a la carta, hay textos interesantes para todo tipo de lector interesado en la relación entre medios de difusión y sociedad. Lo más interesante es la división temática de los cuatro volúmenes. Sólo los títulos de los cuatro tomos nos muestra cómo se veía a mediados de los ochenta el mundo de los medios, y por tanto de la comunicación académica. Llama la atención el cuarto volumen, el que agrega a la edición original con el título de nuevos problemas. Ahí Moragas es profético, inaugura en forma oficial la agenda sobre las nuevas tecnologías, y por otra parte reconoce la presencia de los estudios culturales, que serán el centro del campo en la década de los noventa.

TERCERA PARTE: COMENTARIO

5. Importancia teórica-conceptual del libro. Aportaciones de la obra a los estudios sobre comunicación y la comunicología.

Este es un clásico de la bibliografía en comunicación. Su importancia es indudable. Fue la obra de consulta obligada en diversas materias de los planes de estudio de comunicación en los ochenta y los noventa. El que la compilación y presentación la haga un catalán es una gran noticia, el campo académico hispano manifiesta con ello el principio de su movimiento hacia un desarrollo autónomo frente a la hegemonía del mundo académico en inglés, al tiempo que representa un reconocimiento explícito a la importancia de la inteligencia expresada en lengua inglesa. Un libro básico para la Comunicología en español.

6. Importancia social (fama, presencia en el campo).

Fue una estrella brillante en el mundo bibliográfico de los ochenta y los noventa. La editorial, Gustavo Gili, con Moragas como promotor de la colección en comunicación, ocupó el centro de la bibliografía en español en todo el mundo. Y este texto fue el centro del movimiento. El problema fue que era caro, y por tanto no fue accesible. Pero es un clásico de biblioteca y lista bibliográfica. Hoy el portal de la Universidad Autónoma de Barcelona es la continuación del proyecto, una nueva era, un nuevo medio de difusión del pensamiento y la producción intelectual en comunicación. El libro ya no se encuentra, no se ha reeditado. Sigue siendo importante, supondría una actualización, en caso de tener un nuevo aire.

7. Ubicación del libro dentro de la obra del autor.

Quizás la obra más importante de Miquel de Moragas, sobre sus libros escritos como autor. Aquí encuentra el libro que lo hace famoso e importante en todo el mundo. El autor sigue al frente de una empresa de construcción del campo de la comunicación en la Universidad Autónoma de Barcelona, el INCOM, un centro de promoción de las ideas y la información en comunicación. Su portal es uno de los más importantes del mundo, en español y en cualquier otro idioma. Moragas es miembro de la generación nacida en los cuarenta, la fundadora del campo académico.