

# socio 1

**Teoria crítica/marxisme:** El marxisme sociològic proposa que tota estructura social és dependent del queanomenem “infraestructura” (=mode de producció). Aquesta condiona totes les relacions socials. Els autors marxistes proposen que s’ha de canviar del capitalisme al comunisme. El marxisme té una derivada política→ concreta com aconseguir el pas i la transformació d’una infraestructura a una altra. Autors consideren els mitjans de comunicació com a un dels instruments de les classes dominants per tal de mantenir aquest mode de producció (Capitalisme). Els autors marxistes creuen que els mitjans tenen un funcionament que pot ser molt influent basat en l’estímul-resposta. Creuen que cal el control dels mitjans per provocar el canvi en la societat. És una tradició europea. L’origen marca unes diferències. **Escola de frankfurt:** Els autors que desde 1930 estaven a l’Institut d’Investigació Social de la Universitat de Frankfurt, dirigit per MAX HORKHEIMER. Intenta aplicar la basant científica del marxisme en l’estudi dels mitjans de comunicació. Els autors comparteixen que tots són jueus, amb l’ascens del nazisme es veuen obligats a fugir als EEUU. Entren en contacte amb les aportacions del funcionalisme. Es pregunten com pot ser que la societat alemanya hagi canviat tant per ara voler exterminar una ètnia sencera? → els mitjans de comunicació amb la propaganda nazi i la victimització del poble jueu. **3 idees del marxisme:** Idea de la indústria de la cultura: MAX HORKHEIMER / THEODOR ADORNO. Son els primers en avisar el perill que suposa per la cultura aplicar una lògica industrial capitalista en la seva producció, tal i com fan els mitjans de comunicació. Aquesta lògica capitalista aplicada a la producció suposaria un doble perill: 1 La cultura treballa amb la consciència, la distribució massiva dels mateixos continguts podria provocar una homogeneïtzació del pensament de la població=pèrdua de llibertat dels individus. 2. La lògica capitalista limita la creativitat dels autors→ la cultura perd el seu valor, la destrueixen. Els autors no busquen ideals sinó que satisfer el sinteressos del públic. Cultura de masses→ “Pseudocultura”. Els mitjans es transformen en un instrument de dominació simbólica. Els mitjans de comunicació ens estan enganyant. **WALTER BENJAMIN:** En **L’obra d’art a l’era de la seva reproductibilitat tècnica**→ Parla del fenomen del trencament de l’aura. És l’experiència derivada d’una obra d’art que comparteix l’autor i l’espectadors, derivat de “l’ara i aquí”, de la presencialitat. La fotografia trenca amb aquesta aura, amb l’experiència de la presencialitat. ex: veure una òpera per tv o anar al Liceu. Hi ha una aura en compartir i experimentar l’obra en presencial, però es trenca quan usem un mitjà de comunicació per retransmetre-ho. **HERBERT MARCUSE:** La **Teoría de la sociedad unidimensional:** És de la 2a generació l’escola de Frankfurt. Proposa que la indústria de la cultura acaba per transformar les consciències individuals de forma total i conduir totes les activitats humanes a la lògica de mercat→fer la mínima inversió per obtenir la màxima rendibilitat, i que acaba condicionat la religió, família, parelles... **Imperialisme cultural: H. SCHILLER: Teoria del complex industrial militar.** Va estudiar la propietat dels mitjans de comunicació als EEUU, arribant a la conclusió que la indústria de la comunicació treballa de forma conjunta per empreses que investiguen en col·laboració amb l’exèrcit americà. Observava que algunes de les tecnologies fetes per l’ús militar, després tenen un ús civil en els mitjans de com. de masses → provocant que des dels mitjans dels EEUU hi hagués molt poca crítica a les polítiques militaristes del seu govern. **A. MATTECART: publicitat global:** diu que les grans multinacionals que controlen la majoria d’inversió publicitària en el món, acaben provocant que els continguts dels mitjans siguin iguals. Els europeus estem sotmesos a un domini cultural dels EEUU degut a la pressió de la indústria publicitària. ex: Disney Channel→ proposa series que s’allunyaven a les realitats europees, orientals, etc, però s’imposen per la pressió publicitària, interessats que els continguts seus estiguessin associats a certs models socials. **Glasgow Media Group:** Fan recerca sobre els informatius de la BBC. Aquests estudis són titulats “Bad news”. Van veure que els informatius donaven més importància a les notícies que tenien com a origen una font institucional/oficial. Per què? Estrictament és una mala praxis periodística. Els de la BBC estaven recorrent a informació de les fonts oficials ja que s’adaptaven millor a la producció comunicativa, en comparació amb la pròpia redacció de la cadena. Anys després de l’estudi i de possibles solucions i

readaptacions es va treure "More bad news", ja que les fonts oficials continuaven tenint més rellevància i poder d'adaptació que no els professionals u el mode de producció del la BBC, empresa òptima i referent en la comunicació.