



José Carlos Lozano
Rendón

TEORÍA DE LA INVESTIGACIÓN COMUNICACIÓN DE MASAS

ALHAMBRA  MEXICANA

PRIMERA EDICIÓN, 1996

© LONGMAN DE MÉXICO EDITORES, S.A. de C.V.

ALHAMBRA MEXICANA

Amores 2027, Colonia del Valle

03100, México, D.F.

Reservados todos los derechos. Ni la totalidad ni parte de esta publicación pueden reproducirse, registrarse o transmitirse, por un sistema de recuperación de información, en ninguna forma, ni por ningún medio, sea electrónico, mecánico, fotoquímico, magnético o electroóptico, por fotocopia, grabación o cualquier otro, sin permiso previo por escrito del editor.

El préstamo, alquiler o cualquier otra forma de cesión de uso de este ejemplar requerirá también de la autorización del editor o de sus representantes.

Obra didáctica para ser usada en cursos de enseñanza superior. Las reproducciones de las ilustraciones se han llevado a cabo en los términos del artículo 18 de la Ley Federal de Derechos de Autor, del artículo 112 de la Convención sobre Propiedad Literaria, suscrita en la Cuarta Conferencia Internacional Americana, y del artículo 10(2) de la Convención de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas celebrada en París en 1971.

ISBN 968 444 200 9

Tipografía y formación: Concepto Integral en Imagen y Comunicación, S.A. de C.V.

Negativos: Fotocompuediciones, S.A. de C.V.

Cubierta: Propuesta Gráfica Edic, S.C.

Impreso en México – Printed in Mexico

Contenido

INTRODUCCIÓN

Primera parte. El estudio científico de la comunicación

Capítulo 1. La comunicación como campo y objeto de estudio

La comunicación ¿ciencia o campo de estudio?	20
Necesidad de un enfoque interdisciplinario	20
Enfoques positivistas y enfoques críticos	22
Investigaciones cuantitativa y cualitativa.....	27
Modelos del proceso de la comunicación	31
Actividades.....	33
Resumen	34

Capítulo 2. Surgimiento y desarrollo de las teorías de la comunicación de masas

Teorías de la sociedad de masas	38
Teoría de la aguja hipodérmica.....	41
De la omnipotencia de los medios a las funciones y la influencia personal.....	42
El análisis funcional (funcionalismo).....	45
El flujo de la comunicación en dos pasos	48
Actividades.....	51
Resumen	52

Segunda parte. Procesos y condicionantes en la producción y distribución de mensajes

Capítulo 3. La sociología de la producción de mensajes

La teoría del <i>gatekeeper</i> o <i>guardabarreras</i>	56
Sociología de la producción de mensajes	58
Condicionantes individuales.....	62
Valores profesionales	68
Rutinas de trabajo	70
Condicionantes organizacionales.....	75
Actividades.....	76
Resumen	77

Capítulo 4. Economía política crítica	
Economía tradicional y economía política crítica	81
Propiedad y control de las organizaciones de medios.....	83
El subsidio publicitario.....	86
Condicionantes en la relación medios-gobierno	89
Limitaciones del enfoque económico-político	90
Actividades.....	92
Resumen	92
Capítulo 5. El imperialismo cultural en la comunicación internacional	
Características generales del enfoque	96
La transnacionalización de la comunicación internacional.....	98
La influencia en las estructuras, géneros y contenidos de las producciones locales	101
Críticas a la comunicación para el desarrollo	103
El movimiento por un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación (NOMIC)	105
El enfoque del imperialismo cultural en América Latina	108
Actividades.....	109
Resumen	110
Tercera parte. El contenido de los mensajes	
Capítulo 6. Influencia de los condicionantes productivos en el contenido de los mensajes	
El estudio de los mensajes comunicacionales.....	114
Inferencias sobre los emisores y los procesos de producción desde el contenido de los mensajes.....	114
Estudios del contenido de los medios desde la sociología de la producción de mensajes.....	115
Análisis de los mensajes extranjeros desde el imperialismo cultural.....	119
Imágenes de América Latina en la prensa estadounidense.....	125
Actividades.....	127
Resumen	129
Capítulo 7. El análisis del cultivo y el establecimiento de la agenda	
La reconsideración de los efectos de los medios.....	132
La perspectiva del análisis del cultivo	134
El establecimiento de la agenda.....	147

Actividades155
 Resumen157

Capítulo 8. La polisemia de los mensajes

Las aportaciones de la semiótica y el estructuralismo160
 La teoría de la hegemonía162
 Surgimiento de los estudios culturales164
 La reproducción ideológica en el contenido de los medios166
 La polisemia de los mensajes171
 Actividades175
 Resumen177

Cuarta parte. Los procesos de recepción y apropiación

Capítulo 9. La audiencia activa

De la aguja hipodérmica a la audiencia activa182
 Usos y gratificaciones183
 La reconsideración de los efectos de los medios187
 Actividades189
 Resumen190

Capítulo 10. Los estudios culturales

Enfoques críticos sobre la recepción192
 Estudios culturales192
 El análisis de la recepción197
 La perspectiva latinoamericana199
 Actividades212
 Resumen212

EPÍLOGO

BIBLIOGRAFÍA

ÍNDICE ONOMÁSTICO

ÍNDICE ANALÍTICO