

INDICE

Introducción	13
I. El Estudio de la Noticia	
1. Bases Epistemológicas	23
1.1. Metodología	24
1.1.1. De la semiótica del enunciado a la semiótica de la enunciación	24
1.1.2. ¿Semiótica versus sociología? Sociosemiótica	25
1.2. Delimitación del objeto: la noticia	27
1.2.1. Del acontecimiento a la noticia	27
1.2.2. La noticia como construcción social de la realidad	29
1.2.3. La noticia y la realidad social	32
2. La Circulación de la Noticia	35
2.1. El sistema de los mas media	35
2.2. El mercado de la noticia	37
2.3. Sistema político y comunicación	40
2.4. Los canales de comunicación	43
2.5. El uso de la comunicación	45
2.6. Notas sobre los distintos canales	49
3. El Consumo de la Noticia	53
3.1. Los efectos de la comunicación de masas	54
3.2. Las primeras teorías: la omnipotencia de los medios	55
3.3. El estudio de la audiencia: la minimización de los efectos	58
3.4. La últimas teorías: La construcción del temario	61
3.4.1. La construcción del territorio: problemas	65
3.4.2. La construcción del territorio: ventajas	68
3.5. Los efectos de la noticia	70
3.6. Prospectiva sobre la teorías de los efectos	72
II. La Producción de la Noticia	
1. El Acontecimiento	81
1.1. Evolución histórica del acontecimiento	83
1.1.1. Antes de la prensa de masas	84
1.1.2. En la época de la gran prensa de masas	87
1.1.3. El acontecimiento y la comunicación de masas	89
1.2. La naturaleza del acontecimiento	91
1.3. Las características del acontecimiento	96
1.3.1. Características generales del acontecimiento	96
1.3.2. El acontecimiento en los mass media	98
2. Determinación del Acontecimiento por las Mass Media	107
2.1. La relación acontecimientos – mass media	107
2.2. Las reglas de selección de los acontecimientos	109
3. Las Fuentes Periodísticas	113
3.1. El sistema político como fuente	115
3.2. Interrelación entre el periodismo y las fuentes	117
4. El Trabajo Periodístico	123
4.1. Las rutinas informativas	125
4.2. fases del trabajo informativo	128
4.3. La tematización	135
5. La Organización Informativa	141

5.1. La lógica productiva de la organización	142
5.2. La influencia de la organización informativa	143
5.3. El poder de las organizaciones informativas	146
6. La Profesionalidad Periodística	149
6.1. El gatekeeper	150
6.2. El advocate	152
6.3. El productor de la realidad social	156
7. La Objetividad	165
7.1. Críticas a la objetividad periodística	165
7.2. Crisis de la objetividad periodística	167
7.3. La objetividad como ritual estratégico	168
7.4. Propuesta para una objetividad periodística	171
7.5. La función cognoscitiva del periodismo	176
8. Las Noticias	181
8.1. El concepto tradicional de noticia	181
8.2. Las noticias como espejo o como construcción	184
8.3. Definición de noticia	185
Bibliografía	191