

## INDICE

<b>Parte uno</b>	
<b>Naturaleza e historia de la comunicación de masas</b>	3
<b>Uno</b>	
<b>Comunicación: masiva y de otros tipos</b>	
Elementos del proceso de comunicación	
Transmisión del mensaje	5
Recepción del mensaje	7
Contexto de comunicación	
Comunicación interpersonal	10
Comunicación interpersonal asistida por maquinas	11
Comunicación masiva	15
Naturaleza del comunicador de masas	
Organizaciones formales	18
Guardabarreras	19
Gasto de operación	20
Las competencias x las ganancias	
Internet como medio de comunicación masiva	21
Modelos para el estudio de la comunicación masiva	23
Medios de comunicación masiva	
Definición de los medios de comunicación masiva	25
¿Desaparecerá la comunicación masiva tal como se conoce?	
Simbiosis de los medios de comunicación masiva	
Convergencia	27
Puntos principales	28
Temas de discusión	
Términos clave	29
Lecturas sugeridas	
Navegando en Internet	
<b>Dos</b>	30
<b>Perspectivas de la comunicación masiva</b>	
Análisis funcionalista	31
El papel de la comunicación de masas	32
Las funciones de la comunicación masiva en la sociedad	
Vigilancia	33
Interpretación	36
Vinculación	38
Transmisión de valores	40
Entrenamiento	43
Como utiliza la gente los medios de comunicación masiva	
Conocimiento	44
Diversión	45
Utilidad social	47
Evasión	48
Contenido y contexto	
Estudios críticos/culturales	49
Historia	
Conceptos	52

Puntos principales	54
Temas de discusión	55
Términos clave	
Lecturas sugeridas	
Navegando en Internet	
Tres	56
Contexto histórico y cultural	
Lenguaje	57
La escritura	59
La palabra escrita contra la palabra hablada	
Arcilla contra papel	60
Las repercusiones sociales de la escritura	
La época del oscurantismo	61
Imprenta	62
Efectos de la revolución de Gutenberg	63
Tecnología y cambio cultural	64
La conquista del tiempo del telégrafo y el espacio: el telégrafo y el teléfono	65
Desarrollo del telégrafo	
Las repercusiones culturales del telégrafo	67
El estado y los medios	68
Un cambio en perspectiva	
Retención de la imagen: la fotografía y la industria cinematográfica	69
El desarrollo tecnológico en sus primeras etapas	
Mathew Brady	70
Influencia de la fotografía en la cultura de masa	71
La industria cinematográfica	72
El cine y la cultura estadounidense	73
Noticieros y programas de entretenimiento en el hogar (programación de radio y televisión)	74
Programación	
Repercusiones culturales de la radio	75
La televisión	77
Repercusiones culturales de la televisión	
La revolución digital (la computadora y el Internet)	79
Conclusiones	80
Puntos principales	81
Temas de discusión	
Términos clave	82
Lecturas sugeridas	
Navegando en Internet	
<b>Parte dos</b>	85
<b>Los medios impresos</b>	
<b>Cuatro</b>	86
<b>Los periódicos</b>	
Historia	86
El periodismo en los inicios de Estados Unidos	
El comienzo de la revolución	87
La prensa política: 1790-1833	

Orígenes del periodismo de masas	89
La prensa de a centavo	90
Los diarios se vuelven un gran negocio	92
El periodismo amarillista Los inicios del siglo XX	94
Los efectos de la depresión El periodismo de la posguerra	96
El periodismo moderno	97
Periódicos impresos Diarios	99
Publicaciones semanales	101
Recuperación de lectores	102
Servicios especiales y periodismo de minorías	104
En línea ¿Hacia donde va la red?	106
Propiedad de los periódicos Crecimiento de la propiedad corporativa en el periodismo	108
Declive de la competencia	109
Ventajas y desventajas de la propiedad corporativa La producción periodística Áreas y personal	110
El proceso de publicación	111
Aspectos económicos	112
Ingresos por publicidad	113
Ingresos por circulación Gastos generales	114
Retroalimentación La ABC Los lectores	115
Una mirada hacia el futuro	118
Actividades profesionales dentro de la industria Puestos iniciales	119
Ascensos Puntos principales	120
Temas de discusión Términos clave Lecturas sugeridas Navegando en Internet	121
Cinco Revistas	122
Historia El periodo colonial	124
Después de la revolución La época de la prensa de a centavo	126
La proliferación de revistas	127
Entre una guerra y otra	128
El periodo de posguerra	129
Las revistas contemporáneas	130
Organización de la industria productora de revistas	131

Categorías por contenido	
Categorías por función	134
Revistas en línea	136
Propiedad en la industria de la revistas	138
Producción	
Áreas y personal	139
Publicación	141
Aspectos económicos	142
Retroalimentación	
Todo sobre los lectores	144
Los lectores de revistas	145
Una mirada hacia el futuro	
Perspectivas profesionales. La industria de las revistas	146
Puestos iniciales	
Ascensos	147
Puntos principales	
Temas de discusión	148
Términos clave	
Lecturas sugeridas	
Navegando en Internet	149
Seis	
Publicación de libros	150
Historia	151
Las colonias de Estados Unidos	152
La etapa de la prensa de a centavo	
El auge de los libros de bolsillo	153
Los inicios del siglo XIX	
Los libros de las posguerra: ediciones rústicas y consolidación	154
La industria editorial contemporánea	155
Organización de la industria editorial	
Editores	156
Distribuciones	158
Minoristas	159
Propiedad	160
Producción editorial	
Áreas y personal	161
Publicación	
Libros en línea	164
Aspectos financieros	166
Lectores	168
Retroalimentación	
Una mirada hacia el futuro	169
Perspectivas profesionales: Publicación de libros	
Puntos principales	170
Temas de discusión	
Términos clave	171
Lecturas sugeridas	
Navegando en Internet	
<b>Parte tres</b>	<b>175</b>

<b>Los medios electrónicos</b>	
<b>Siete</b>	
<b>La radio</b>	
Historia	
La evolución de la radio como medio de comunicación masiva	176
La depresión	182
La segunda guerra mundial	
Innovación y cambio 1945-1954	184
Crecimiento y estabilización: 1955-1990	187
Los volátiles años noventa	188
Organización de la industria de la radio	
Estaciones locales, cadenas y compañías distribuidoras	190
Estaciones de AM y FM	
Formatos de estación	192
La propiedad	195
La producción de programas de radio	
Áreas y personal	196
Realización de un programa	
Aspectos económicos de la industria de la radio	
Fuentes de ingresos	198
Gastos generales	
La radio no comercial	200
La radio en línea	202
Retroalimentación	
Índices y participación de audiencia	203
La audiencia	204
Una mirada hacia el futuro	205
Perspectivas profesionales: Radio	
Puestos iniciales	206
Ascensos	207
Puntos principales	
Temas de discusión	
Términos clave	208
Lecturas sugeridas	
Navegando en Internet	
<b>Ocho</b>	
<b>Grabaciones sonoras</b>	209
Historia	210
Contenido de la música popular. Sentimiento e innovación	
Las repercusiones de la radio en la industria de la grabación	212
La gran depresión	
La segunda guerra mundial y el periodo posterior	213
La llegada del rock and roll	215
El rock se vuelve comercial	
La innovación británica	217
Transacciones	219
Las corrientes industriales de 1970 al presente	220
Tendencias en el contenido	
Organización de la industria de grabación	221

Talento	223
Producción Distribución	224
Menudeo Propiedad Producción de grabaciones Áreas y personal	226
Elaboración de un disco compacto de una cinta	229
Aspectos económicos de la industria de la grabación Tendencias económicas Ingresos por la venta de grabaciones	231
Músicos de rock: el punto de venta	232
Retroalimentación	234
La audiencia	236
En línea	237
Una mirada hacia el futuro Perspectivas profesionales: la industria de grabación Puestos iniciales Ascensos	238
Puntos principales	239
Temas de discusión Términos clave Lecturas sugeridas Navegando en Internet	240
Discografía Navegando en Internet	241
<b>Nueve</b> <b>Cine</b>	242
Historia del cine	244
El laboratorio de Edison	245
Los nickelodeons	246
Zukor y Griffith	247
Nacimiento de la Motion Picture Patents Company (MPPC)	248
El Star System	249
Consolidación y crecimiento	250
Los frenéticos años veinte	251
Los años de los estudios	253
La industria cinematográfica reacciona ante la televisión	255
Reestructuración: el cine en los años sesenta y setenta	257
Tendencias actuales en cine y televisión	258
Contenido de las películas: de 1980 a la actualidad	260
Organización de la industria cinematográfica Producción Distribución	261
Exhibición	263
Propiedad Producción cinematográfica Departamentos	264
Detrás de las cámaras	265

Producción	267
Postproducción	
Aspecto económicos	268
Financiamiento de las obras cinematográficas	269
Convenios para la exhibición de filmes	270
Promoción	271
Retroalimentación	
La taquilla	272
Investigación de mercado	
Los especuladores	273
El cable y le video en casa: su relación con Hollywood	275
Cine en línea	276
Una mirada hacia el futuro	277
Perspectivas profesionales: la industria cinematográfica	
Puestos iniciales	278
Ascensos	
Puntos principales	279
Temas de discusión	
Términos clave	
Lecturas sugeridas	
Navegando en Internet	280
<b>Diez</b>	
<b>La televisión</b>	281
Historia	282
La estructura de la televisión en sus inicios	
Los cincuenta: el sistema UHF, el color y e dominio de las cadenas televisivas	283
La época de oro de la televisión	284
Inicio de una época. La televisión en los años sesenta	286
Tempos caóticos: el contenido de la televisión en los años sesenta	
Un publico mas participativo: los años setenta	287
Los años ochenta y noventa: la competencia se intensifica	
El continuo crecimiento del sistema de cable	288
El control remoto, las maquinas par evitar los comerciales y la trasmisión directa vía satélite	289
El contenido de la televisión: de los años setenta a la actualidad	290
Organización de la industria de la televisión tradicional	
Producción	292
Distribución	294
Exhibición	295
Propiedad	296
Producto de programas de televisión	
Áreas y personal	297
Emisión de programas de televisión	298
Aspectos económicos	
Tiempo comercial	299
¿A dónde se fue le dinero?	
La revolución digital	301
La trasmisión publica	303

Una breve histórica	
Programación y financiamiento	304
La televisión por cable Historia	305
La consolidación Estructura del sistema de cable	308
Programación y financiamiento	310
Pago por evento (PPV por sus siglas en ingles) Video casero	311
Satélite de difusión directa	313
Televisión en línea	314
Medición del publico televidente	315
Índices de audiencia de la televisión	317
Cuestionarios, evaluación de conceptos y evaluación piloto Los telespectadores	319
Una mirada hacia el futuro Perspectivas profesionales: la industria de la televisión	320
Puestos iniciales Ascensos	321
Otras oportunidades Puntos principales	322
Temas de discusión Términos clave Lecturas sugeridas Navegando en Internet	323
<b>Once</b>	
<b>Internet y la computadora</b>	324
Breve historia de la computadora	325
Internet De ARPANET Internet	326
Estructura y características de Internet	328
El correo electrónico	329
Telnet Grupos de noticias	330
La red mundial (WWW)	331
Servicio de información en línea	334
Aspectos económicos	337
Retroalimentación Los usuarios	337
Realidad virtual	338
Repercusiones sociales Falta de controladores de información	340
Exceso de información	341
Falta de interpretación Preocupación por la vida privada	342
Necesidad de leyes	344
Una mirada hacia el futuro	345
Perspectivas profesionales: la historia de a computadora Puntos principales	346

Temas de discusión Términos clave Lecturas sugeridas Navegando en Internet	347
<b>Parte cuatro</b> <b>Actividades profesionales particulares de los medios</b> <b>Doce</b> <b>La obtención de la noticia y el reportero</b>	351
Decidir cuando se trata de una noticia	352
Categorías de noticias y reportajes	354
Noticias duras Los medios impresos	355
Los medios electrónicos Noticias ligeras	356
Reportaje de investigación	357
El flujo de noticias Los medios impresos Los medios electrónicos	359
Las agencias internacionales	362
Diferencias en la cobertura de información	363
Imágenes y palabras	363
Periodistas de prensa y medios electrónicos	364
Consultores de noticias Similitudes entre los medios informativos	365
Comparaciones entre los medios	367
Tecnología	368
El reportaje asistido por computadora	369
Periodismo en línea	370
Perspectivas profesionales: la obtención de noticias y el reportero	373
Puntos principales Temas de discusión	374
Términos clave Lecturas sugeridas Navegando en Internet	375
<b>Trece</b> <b>Relaciones publicas</b>	376
Definición de las relaciones publicas	377
Breve historia de las relaciones históricas	379
La organización de la industria de las relaciones publicas	382
Departamentos y personal	386
El programa de relaciones publicas Concentración de la información	387
Planificación	388
Comunicación Evaluación	389
Aspectos económicos Relaciones publicas en línea	391
Las relaciones publicas en un entorno multicultural	393
Perspectivas profesionales: relaciones publicas	395

Puntos principales Temas de discusión Términos clave	396
Lecturas sugeridas Navegando en Internet	397
<b>Catorce</b> <b>La estructura de la industria de la publicidad</b>	398
Definición de la publicidad Las funciones de la publicidad Tipos de publicidad	399
Breve historia de la publicidad	401
Organización de la industria de publicidad de consumo Anunciantes	404
Agencias	405
Los medios	408
Publicidad en línea	409
Categorías de publicidad en Internet	411
Producción de la publicidad Departamentos y personal	412
La campaña de publicidad	413
La investigación en la publicidad	417
Aspectos económicos Volumen de publicidad en diferentes medios Compensación de la agencia	418
Publicidad de negocio a negocio	420
Publicidad de consumo versus publicidad de negocio a negocio	421
Medios de comunicación	423
Atractivo Perspectivas profesionales: carreras en el campo de la publicidad	424
Puesto iniciales Ascensos Puntos principales	425
Temas de discusión Términos clave Lecturas sugeridas Navegando en Internet	426
<b>Parte cinco</b> <b>Reglamentación de los medios de comunicación masiva</b> <b>Quince</b> <b>Controles formales: leyes, reglamentos, normas</b>	431
La prensa, la ley y las cortes legales Una prensa libre Restricción previa	432
Protección de las fuentes de información	435
El fuero del reportero	436
Búsqueda y decomiso de información	437
Cobertura de la información de los juzgados La información antes y durante un juicio	438
Leyes mordaza	440

Cámaras y micrófonos en la sala del tribunal	441
El acceso de los reporteros a la información Información gubernamental	443
Acceso al lugar de la noticia	444
Difamación	445
Invasión de la vida privada El derecho a defender la intimidad	450
Transgresión	451
Derechos de autor	452
Obscenidad y pornografía	453
Regulación de las transmisiones	455
La comisión federal de comunicaciones	456
Contenido indecente Al regla de igualdad de oportunidades	457
La doctrina de imparcialidad informativa La regulación del sistema de cable	458
El acta de telecomunicaciones de 1996	459
La normatividad de Internet	461
Normatividad de la publicidad La publicidad engañosa	463
El discurso comercial bajo la primera enmienda	464
Declaración final Puntos principales	466
Temas de discusión Términos clave	467
Lecturas sugeridas Navegando en Internet	468
<b>Dicesiséis</b> <b>Ética y otros controles informales</b>	469
Ética personal Principios éticos	470
Modelo para tomar decisiones éticas personales	473
Otro ejemplo del modelo ético	476
Aculturación	477
Códigos de actuación Los medios impresos	478
Transmisiones	479
Cine	481
La industria de la publicidad Controles internos	483
Políticas empresariales: normas y prácticas de las cadenas de televisión	484
Políticas empresariales: periódicos y revistas	485
Autocrítica	486
Autorregulación profesional de la publicidad	487
Influencias externas Presiones económicas	488
Grupos de presión	490
Consejos de prensa Educación	492

Puntos principales Temas de discusión Términos clave	493
Lecturas sugeridas Navegando en Internet	494
<b>Parte seis</b> <b>Repercusiones</b> <b>Diecisiete</b> <b>La aldea global: sistemas d medios de comunicación internacionales y análisis comparativo</b>	497
Sistemas internacionales de medios de comunicación Medios impresos globales	499
Radio y televisión globales	494
La TV y el cine	502
Medios mundiales electrónicos	503
Análisis comparativo de medios de comunicación Teorías de la prensa	504
El control y la propiedad de los medios de comunicación	507
El papel de los medios de comunicación en diferentes países	510
Diferencias económicas Ejemplos de otros sistemas	511
Japón	512
México	513
China	517
Puntos principales Temas de discusión Términos clave Lecturas sugeridas Navegando en Internet	519
<b>Dieciocho</b> <b>Efectos sociales de la comunicación masiva</b>	521
Investigación sobre los efectos de la comunicación masiva	522
Los efectos sobre el conocimiento y las actitudes	523
Los medios y la socialización Los medios como fuente primaria de información	525
Formas de actitudes, percepciones y creencias	526
Análisis de cultivo	531
Los niños y la publicidad televisiva	534
Selección de la agenda	537
La televisión y las habilidades cognitivas	539
Los efectos y los medios de comunicación masiva en la conducta: una historia muy condensada	540
Preocupación creciente en el publico	541
La violencia televisiva	542
El efecto de la violencia televisiva Resultados de la encuesta	543
Resultados experimentales	546
El debate ente la teoría de la catarsis y la teoría de la estimulación El experimento de bandura	547

Factores de compilación	548
Experimentos de campo	549
Estimulación del comportamiento prosocial	
Desarrollo del control de la personalidad	550
Cooperar compartir y ayudar	
Datos de las encuestas	551
Otros efectos de comportamiento	
El comportamiento político	552
Efectos de la obscenidad y la pornografía	557
La televisión y los trastornos de conducta	
Los trastornos alimenticios	558
Suicidio	
Investigación sobre Internet	559
La comunicación en el futuro: repercusiones sociales	
Derecho a la vida privada	560
Fragmentación y asilamiento	561
Saturación en la sociedad de la información	
Evasión	562
Puntos principales	
Temas de discusión	563
Términos clave	
Lecturas sugeridas	564
Navegando en Internet	
<b>Glosario</b>	<b>565</b>
<b>Índice</b>	<b>573</b>