

INDICE

Para el público..... Dominique Wolton	9
Prefacio. Relatar al público Daniel Dayan	13
Primera Parte. Al público, la palabra: ¿el fin de la inhibición? Introducción. Problemáticas, debates Daniel Dayan	23
La “recepción” de los trabajadores sobre la recepción. Retorno a el Público de Nationwide Daniel Morley	29
El decenio de las revisiones, la investigación en comunicación de masas en los años 80 James Curran	49
Cultura y comunicación: hacia una crítica etnográfica del consumo de los medios en el sistema mediático transnacional Ien Ang	83
Calidad cultural: ¿la persecución de un fantasma? Kim Schroder	107
Segunda Parte A la escucha del público	127
Introducción. Explorar la diversidad Daniel Dayan	129
Géneros televisivos y recepción John Corner	135
Seis interpretaciones de la serie Dallas Tomar Liebes, Elihu Katz	145
Un público activo, un telespectador crítico Sonia Livingstone, Petes Lunt	169
La televisión del pobre. La participación del público Eric Macé	185
El periodismo televisivo como catalizador Peter Dahlgren	207
Televisión y simbolismo político Jerome Bourdon	227
Investigación en comunicación y análisis textual Mauro Wolf	255
Tercera Parte ¿Palabra del público o conocimiento sobre la recepción?	273
Introducción. ¿Hacia una renovación del debate? Daniel Dayan	275
“El viejo cañón de 75”. El aporte de los métodos cuantitativos del conocimiento del público de la televisión Michel Souchon	279
La recepción de los mensajes. Enfoques psicosociológicos Rodolphe Ghiglione	295
La herencia de Gabriel Tarde. Un paradigma para la investigación sobre	317

la opinión y la comunicación Elihu Katz	
El análisis de la recepción y la investigación sobre los medios Mauro Wolf	239
Cinco tradiciones en busca del público Klaus Bruhn Jensen, Karl Erik Rosengren	335
Afiches políticos, co – construcción, comunicación. Dos estudios recientes Nicole Ramognino	371