

# Índice

## INTRODUCCIÓN | 7

### 1. DEFINICIONES DE INFORMACIÓN. DELIMITACIÓN EPISTEMOLÓGICA DEL CONCEPTO DE INFORMACIÓN | 9

- 1.1. Epistemología, gnoseología y teoría de la información | 9
    - 1.1.1. Epistemología, gnoseología y cognición | 9
    - 1.1.2. Teoría de la información | 10
  - 1.2. Implicaciones de la información para la descripción del mundo contemporáneo | 12
    - 1.2.1. Determinismo tecnológico | 12
  - 1.3. La información como institución y práctica de la sociedad contemporánea | 15
    - 1.3.1. Información y significación pública | 15
    - 1.3.2. La era electrónica o era de la información | 16
    - 1.3.3. Característica de la revolución tecnológica o de las nuevas tecnologías | 16
  - 1.4. Sociedad de la información, capitalismo cognitivo y mutaciones globales | 17
    - 1.4.1. Sociedad de la información, sociedad informacional y economía informacional | 17
    - 1.4.2. Capitalismo cognitivo y capitalismo relacional | 20
    - 1.4.3. Mutaciones globales | 22
- Test de autoevaluación | 31

### 2. INFORMACIÓN, MEDIACIÓN Y ORGANIZACIÓN SOCIAL DEL CONOCIMIENTO | 41

- 2.1. Información como proceso en el que nos intercambiamos el mundo. Teoría del intercambio social | 41
  - 2.1.1. Información como proceso de intercambio | 41
  - 2.1.2. Teoría del intercambio social | 42
- 2.2. Pensamiento, conocimiento y lenguajes | 43
  - 2.2.1. Pensamiento y comunicación | 43
  - 2.2.2. Conocimiento | 45
  - 2.2.3. Lenguajes | 49
- 2.3. Socialización e identidad | 56
  - 2.3.1. Socialización | 56
  - 2.3.2. Identidad personal, social y cultural | 63
  - 2.3.3. Teoría del aprendizaje social y teorías del modelaje | 67
  - 2.3.4. Teoría de las expectativas sociales | 70
- 2.4. Mediación y organización de la experiencia | 71
  - 2.4.1. Mediación como transmisión mediática de la realidad | 71
  - 2.4.2. La organización de la experiencia: Teoría o paradigma del significado | 75

- 2.5. Las representaciones colectivas | 77
    - 2.5.1. Representaciones como fuentes de expectativas sociales | 77
    - 2.5.2. Comunidades hermenéuticas | 78
- Test de autoevaluación | 81

### 3. LA COMUNICACIÓN Y LA INFORMACIÓN COMO CULTURA | 95

- 3.1. Cultura de masas: historia, fundamentos y características | 95
    - 3.1.1. Los concepto de cultura y de masas | 95
    - 3.1.2. Características de la cultura | 97
    - 3.1.3. Cultura de masas, breve historia | 99
    - 3.1.4. Cultura de masas y cultura popular | 102
    - 3.1.5. Comunicación de masas | 105
    - 3.1.6. Crisis del modelo de masas | 108
  - 3.2. Imagen, imaginación e imaginarios | 113
    - 3.2.1. Imagen de la realidad e imagen pública | 113
    - 3.2.2. La imaginación como función creadora | 115
    - 3.2.3. Imaginarios | 118
  - 3.3. Producción del espacio social | 124
    - 3.3.1. Cambios en la concepción del espacio | 124
    - 3.3.2. El espacio como lugar de experiencia vital | 125
  - 3.4. Representaciones e imaginarios dominantes | 127
    - 3.4.1. Representación social e imaginarios dominantes y dominados | 127
    - 3.4.2. La «aniquilación simbólica» de la mujer | 129
  - 3.5. Iconografías contemporáneas | 131
    - 3.5.1. Iconodulias e iconoclastas | 131
  - 3.6. La inteligibilidad de lo visual | 132
    - 3.6.1. La concepción de lo visual | 132
    - 3.6.2. El visualismo moderno | 133
  - 3.7. La invisibilidad de lo visual | 133
    - 3.7.1. la percepción de lo invisible | 133
    - 3.7.2. Invisibilidad social | 134
  - 3.8. Hegemonía, poder e ideología | 134
    - 3.8.1. Teoría de la hegemonía | 134
    - 3.8.2. Poder e ideología | 135
- Test de autoevaluación | 139

### 4. DISCURSO INFORMATIVO. LAS CULTURAS PROFESIONALES DE LOS COMUNICADORES | 155

- 4.1. La producción del acontecimiento | 155
  - 4.1.1. Antecedentes de la noticia | 155
  - 4.1.2. La noticia como producto informativo | 156
- 4.2. Estrategias de elaboración del discurso informativo | 158
  - 4.2.1. Información y discurso informativo | 158

- 4.3. Reflexividad y autolegitimación del discurso informativo | 159
  - 4.3.1. El análisis del discurso informativo | 159
  - 4.3.2. La legitimación del discurso informativo | 161
- 4.4. Información y realidad: *reality show*, *infotainment* y práctica documental | 164
  - 4.4.1. *Reality Show* | 164
  - 4.4.2. *Infotainment* | 167
  - 4.4.3. Práctica documental | 169
- 4.5. Rutinas profesionales y lógicas productivas. Las culturas profesionales de los comunicadores | 171
  - 4.5.1. La cultura profesional de los comunicadores | 171
  - 4.5.2. La ideología profesional | 171
  - 4.5.3. El recurso a criterios profesionales y a estereotipos | 172
- 4.6. La objetividad como ritual estratégico | 173
  - 4.6.1. La atribución de objetividad e independencia | 173
  - 4.6.2. Convenciones de la cultura profesional del periodista | 174
  - 4.6.3. Otras autoimágenes del periodista | 175
- Test de autoevaluación | 177

#### 5. PERSPECTIVA TEÓRICA SOBRE LA CONSTRUCCIÓN SOCIAL DEL ESPACIO PÚBLICO Y LA INFORMACIÓN | 183

- 5.1. Estudios sobre la noticia y la información de actualidad | 183
  - 5.1.1. Definiciones de noticia | 183
  - 5.1.2. Criterios de noticiabilidad | 184
  - 5.1.3. Pautas para la redacción de noticias de prensa | 188
- 5.2. Estudios sobre información y configuración de la opinión | 191
  - 5.2.1. Información y comunicación | 191
  - 5.2.2. Configuración de la opinión pública | 192
  - 5.2.3. Teorías de la tematización y de la espiral de silencio | 193
- 5.3. Producción del espacio social: ciudadanía, democracia e información | 194
  - 5.3.1. Democracia y ciudadanía | 194
  - 5.3.2. Espacio público | 195
- Test de autoevaluación | 197

#### 6. GLOBALIZACIÓN Y SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN | 205

- 6.1. Globalización y sociedad de la información | 205
  - 6.1.1. Globalización | 205
  - 6.1.2. Sociedad de la información y sociedad del conocimiento | 207
- 6.2. El impacto cultural de las NTIC | 208
  - 6.2.1. El potencial de cambio de las NTIC | 205
  - 6.2.2. Impactos culturales de las NTIC | 210
  - 6.2.3. Impactos culturales de las NTIC | 211
- 6.3. Nuevas prácticas comunicativas y cambio social | 214
  - 6.3.1. Incidencia de las tecnologías en el cambio social | 214
  - 6.3.2. Cambio social y cambios comunicativos | 214
  - 6.3.3. Nuevas prácticas comunicativas: el modelo reticular | 218
- 6.4. Nuevas formas de trabajo, ocio y sociedad | 219
  - 6.4.1. El conocimiento, valor prioritario en la sociedad informacional | 219
  - 6.4.2. El proceso de trabajo en la economía informacional | 221
  - 6.4.3. Especialización flexible y dualización de la fuerza de trabajo | 223
- 6.5. Información y nuevo sujetos colectivos | 225
  - 6.5.1. Los sujetos colectivos | 225
  - 6.5.2. Protagonistas históricos | 225
- 6.6. Prácticas de resistencia y oposición | 229
  - 6.6.1. Orígenes de las prácticas de resistencia | 229
  - 6.6.2. Resistencia y movilización | 230
- 6.7. Desarrollo de las industrias culturales | 230
  - 6.7.1. Industrias culturales y estandarización | 230
  - 6.7.2. Producción masiva y especialización | 231
- Test de autoevaluación | 233

#### BIBLIOGRAFÍA | 245