

# Índice

<b>Introducción</b> .....	11
El análisis de los medios de comunicación .....	12
La aproximación interdisciplinaria .....	17
Nuestro punto de vista .....	21
Los lugares de pertinencia de la máquina mediática ....	22
Un triple enfoque de problematización .....	30

## PRIMERA PARTE

### **La información como discurso**

#### *Del imaginario del saber al imaginario del poder*

<b>1. Los problemas de la información</b> .....	37
El orden del discurso .....	37
Un punto de vista ingenuo .....	38
Los auténticos problemas: la imposible inocencia .....	44
<b>2. Una definición discursiva de la información</b> .....	49
La construcción del sentido del discurso: un doble proceso ..	50
El discurso informativo .....	53
La naturaleza del saber .....	54
Saberes de conocimiento .....	54
Saberes de creencia .....	56
Los efectos de verdad .....	59
Los motivos de la información .....	60
La identidad de quien proporciona la información ....	62
Las pruebas de la veracidad de la información .....	65
<b>3. Los fundamentos del discurso informativo</b> .....	67
El discurso informativo frente a otros discursos .....	67
Problemas para los medios .....	71
Una finalidad ambigua .....	72

La falta de control de los efectos y el imposible grado cero de la información .....	72
Divulgación deformante .....	73

## SEGUNDA PARTE

### **El discurso informativo y los condicionamientos situacionales de la máquina mediática**

#### *Entre credibilidad y captación*

<b>Introducción: El contrato de comunicación mediática</b> ...	77
Los datos externos .....	78
Los datos internos .....	80
<b>4. Finalidad del contrato: una tensión entre dos propósitos opuestos</b> .....	85
El propósito de información .....	86
El propósito de “captación” .....	90
<b>5. Identidad de los interlocutores: legitimación y opinión pública</b> .....	95
La instancia de producción .....	96
La instancia de recepción .....	102
La “instancia-blanco” .....	103
La “instancia-público” .....	106
Instancia de producción/instancia de recepción: una construcción diferida de la opinión pública .....	110
La “opinión pública” .....	111
Una relación sin intercambio .....	114
<b>6. El tema: el acontecimiento mediático</b> .....	117
¿Qué es el acontecimiento? .....	118
Del acontecimiento al “proceso de construcción del acontecimiento” .....	121
El acontecimiento mediático y la construcción del “espacio público” .....	124
Los operadores de la instancia mediática .....	125
El “espacio público” .....	126
<b>7. El dispositivo: la materialidad de la puesta en escena</b> .....	135
La radio, los “acentos de la voz” y un dispositivo de contacto .....	137
La televisión, el “ <i>shock</i> de las imágenes” y un dispositivo para el espectáculo .....	140
La prensa, el “peso de las palabras” y un dispositivo de legibilidad .....	145

TERCERA PARTE

**Los condicionamientos discursivos de la máquina mediática**  
*Los marcos de tratamiento del acontecimiento*

<b>Introducción</b> .....	149
Condiciones para una teoría de los géneros .....	151
La tradición literaria .....	152
Los problemas de la noción de tipología .....	153
Propuestas para una tipología de los textos mediáticos .....	156
<b>8. La construcción temática y la división del mundo</b> ...	165
Del “acontecimiento” a la “noticia” .....	165
La identificación de las fuentes. El juego de la verdad: ¿quién lo ha dicho? .....	167
Los motivos de las opciones, los principios de selección .....	170
El tiempo y el criterio de actualidad: la obsesión del presente .....	170
El espacio y el criterio de proximidad: un punto de vista egocéntrico .....	172
La jerarquía y el criterio de importancia: una tentativa hegemónica .....	174
La división mediática del mundo .....	177
La estructuración mediática del espacio público: una racionalización suprasocial .....	178
Las operaciones de distribución en secciones: construcción de la “cobertura temática” .....	182
<b>9. Los modos discursivos de tratamiento del acontecimiento</b> .....	187
El acontecimiento referido (AR) .....	190
El hecho referido (HR) .....	190
El dicho referido (DR) .....	201
El acontecimiento comentado (AC) .....	214
¿Qué es comentar el mundo? .....	214
¿Qué es comentar el acontecimiento por los medios? .....	215
El acontecimiento provocado (AP) .....	220
<b>10. Los dispositivos escénicos</b> .....	225
Una “puesta en ondas” de la radio: la entrevista .....	227
Algunos géneros televisivos .....	233
El NT: un espacio público fragmentado .....	238
El debate: un conflicto de palabras .....	241
El reportaje: la trampa de la imparcialidad .....	244
Algunas formas textuales de la prensa escrita .....	248

CUARTA PARTE  
**Balance del contrato mediático**  
*Una máquina que sobrepasa a los actores*

<b>Introducción: Una máquina compleja</b> .....	257
<b>11. Referir el acontecimiento: la imposible transparencia</b> .....	263
Lo que rige la selección de los acontecimientos .....	263
El tiempo .....	263
El espacio .....	264
El accidente .....	265
Lo que rige el tratamiento del acontecimiento referido .....	268
Lo que rige el tratamiento de las fuentes y del dicho referido .....	270
<b>12. Comentar el acontecimiento</b> .....	273
El discurso de explicación mediática: la dominante de captación .....	273
Reflexiones sobre la deontología .....	277
<b>13. Provocar el acontecimiento: desviaciones de la     simbolización democrática</b> .....	283
La elección de los actores: visibilidad o singularidad .....	283
Los dispositivos: la verdad del espectáculo .....	288
<b>14. La instancia mediática, un manipulador manipulado</b> .....	293
El manipulador .....	293
El manipulado .....	294
Deontología y opacidad: una alternativa .....	298
Conclusión .....	302
Bibliografía .....	305
Índice de nombres .....	311
Índice temático .....	315