

# Bibliografía temática

# Estudios sobre sociedad de masas, opinión pública, consumo cultural y recepción de medios

- Adorno, Theodor y Horkheimer, Max, *Dialéctica del iluminismo*, Buenos Aires, Sudamericana, 1987.
- Ang, Ien, "Cultura y comunicación: hacia una crítica etnográfica del consumo de medios en el sistema mediático transnacional", en Dayan, Daniel (comp.), *En busca del público*, Barcelona, Gedisa, 1997, pp. 83-105.
- \_\_\_\_\_, "Las guerras de la sala de estar: nuevas tecnologías, índices de audiencia y tácticas en el consumo de la televisión", en Silverstone, Roger y Hirsch, Eric (eds.), *Los efectos de la nueva comunicación: el consumo de la nueva tecnología en el hogar y la familia*, Barcelona, Bosch, 1996, pp. 193-211.
- \_\_\_\_\_, *Watching Dallas. Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, London & New York, Routledge, 1989.
- \_\_\_\_\_, y Hermes, Joke, "Gender and/in Media Consumption", en Curran, James y Gurevitch, Michael (eds.), *Mass Media and Society*, London, Edward Arnold, 1991, pp. 307-328.
- Ariño, Antonio, "Las audiencias activas", en Ariño, Antonio, *Sociología de la cultura. La constitución simbólica de la sociedad*, Barcelona, Ariel, 1997, pp. 177-211.
- Baudrillard, Jean, "A la sombra de las mayorías silenciosas", en Baudrillard, Jean, *Cultura y simulacro*, Barcelona, Kairós, 1978, pp. 107-168.
- Bell, Daniel, "Modernidad y sociedad de masas: variedad de las experiencias culturales", en VV.AA., *Industria cultural y sociedad de masas*, Caracas, Monte Avila Editores, 1979, pp. 11-57.
- Benassini Félix, Claudia, "El papel de la telenovela latinoamericana en la formación de comunidades virtuales: propuesta para su abordaje", en revista *Signo y Pensamiento* No. 36, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, 2000, pp. 83-92.
- .....
- \* Comunicador social-periodista de la Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín. Magíster en Comunicación de la Pontificia Universidad Javeriana (PUJ). Director de la Maestría en Comunicación de la PUJ y editor de la revista *Signo y Pensamiento*. Correo electrónico: jibonill@javeriana.edu.co
- Blumer, Herbert, "The Mass, the Public and the Public Opinion", en Berelson, B. y Janowitz, P., *Reader in Public Opinion and Communication*, The Free Press, New York, 1966.
- Blumler Jay; Gurevitch, Michael y Katz Elihu, "Reaching Out: a Future for Gratifications Research", en Rosengren *et al.* (eds.), *Media Gratifications Research*, California, Sage.
- Bobo, J., "The Color Purple: Black Woman as Cultural Readers", en Pribram, E. (edit.), *Female Spectators*, Londres, Verso, 1988.
- Bourdieu, Pierre, "La opinión pública no existe", en Bourdieu, Pierre, *Sociología y cultura*, México, Grijalbo, 1990, pp. 239-250.
- \_\_\_\_\_, *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus, 1992.
- Bruhn Jensen, Klaus, "El análisis de la recepción: la comunicación de masas como producción social de significado", en Jensen, K. B. y Jankowski, N. W., *Metodologías cualitativas en comunicación de masas*, Barcelona, Boch, 1993, pp. 165-180.
- Brundson, Charlotte, "Text and Audience", en Seiter, E. *et al.* (comps.), *Remote Control*, London Routledge, 1989, pp. 116-130.
- \_\_\_\_\_, y Morley, David, *Everyday Television: Nationwide*, London, British Film Institute, 1978.
- Certeau, Michel de, *La invención de lo cotidiano*, México, Universidad Iberoamericana, 1996.
- Caletti, Sergio, "La recepción ya no alcanza", en Luna Cortés, Carlos (coord.), *Generación de conocimientos y formación de comunicadores*, Memorias del VII Congreso Latinoamericano de Facultades de Comunicación, México, 1992, pp. 23-42.
- Callejo, Javier, *Investigar las audiencias*, Buenos Aires, Paidós, 2001.
- Corner, John, "Meaning, Genre and Context: The Problematics of 'Public Knowledge' in the New Audience Studies", en Curran, James y Gurevitch, Michael (eds.), *Mass Media and Society*, London, Edward Arnold, 1991, pp. 267-281.

- Covarrubias, Karla y Uribe, Ana, "Hacia una nueva cultura televisiva: análisis de los públicos de la telenovela Mirada de Mujer", en revista *Estudios sobre Culturas Contemporáneas*, No. 7, Colima, Universidad de Colima, junio de 1998.
- Curran, James, "El nuevo revisionismo en los estudios de comunicación: una reevaluación", en Curran, James; Morley, David y Walkerdine, Valerie, *Estudios culturales y comunicación*, Barcelona, Paidós, 1998, pp. 383-415.
- Charles, Mercedes, "Mujeres y educación para la recepción televisiva", en revista *Signo y Pensamiento*, No. 27, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, 1995, pp. 21-32.
- \_\_\_\_\_ y Orozco, Guillermo (comps.), *Educación para la recepción: hacia una lectura crítica de los medios*, México, Trillas, 1990.
- Dayan, Daniel (comp.), *En busca del público*, Barcelona, Gedisa, 1997.
- Douglas, Mary e Isherwood, Baron, *El mundo de los bienes: hacia una antropología del consumo*, México, Grijalbo, 1990.
- Eco, Umberto, *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Lumen, 1965.
- \_\_\_\_\_, *Obra abierta*, Barcelona, Ariel, 1979.
- \_\_\_\_\_, "¿El público perjudica a la televisión?", en Moragas, Miguel de (edit.), *Sociología de la comunicación de masas*, vol. IV, Barcelona, Gustavo Gili, 1985.
- \_\_\_\_\_, *Los límites de la interpretación*, Barcelona, Lumen, 1992.
- Fiske, John, *Understanding Popular Culture*, Boston, Unwin Hyman, 1989.
- Freud, Sigmund, "Psicología de las masas y análisis del yo", en Freud, Sigmund, *Obras completas*, Vol. III, Madrid, Biblioteca Nueva, 1973.
- Fuenzalida, Valerio, *Televisión abierta y audiencia en América Latina*, Buenos Aires, Norma, 2002.
- \_\_\_\_\_, "¿Qué ve la gente en las telenovelas?", en revista *Signo y Pensamiento*, No. 20, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, 1992, pp. 41-67.
- \_\_\_\_\_ y Edwards, Paula, *Televisión y recepción activa: guía para trabajo con grupos juveniles populares*, Santiago de Chile, CENECA, 1985.
- Fuenzalida, Valerio y Hermosilla, María Helena, *La televisión del mundo rural: estudios de recepción televisiva*, Serie Documentos de trabajo CPU, No. 4, Santiago de Chile, marzo de 1989.
- García Canclini, Néstor, *Consumidores y ciudadanos: conflictos multiculturales de la globalización*, México, Grijalbo, 1995.
- \_\_\_\_\_, (Coord.), *Los nuevos espectadores. Cine, televisión y video en México*, México, Instituto Mexicano de Cinematografía, IMCINE, 1994.
- \_\_\_\_\_, "El consumo sirve para pensar", en revista *Diálogos*, No. 30, Lima, FELAFACS, junio de 1991, pp. 6-9.
- \_\_\_\_\_, *La culturas populares en el capitalismo*, México, Nueva Imagen, 1982.
- Giner, Salvador, *Sociedad masa: crítica del pensamiento conservador*, Barcelona, Península, 1979.
- Glasgow University Media Group, *Bad News*, London, Routledge & Kegan Paul, 1976.
- Gómez Vargas, H. "Los usos sociales de la radio", en *Estudios de Culturas Contemporáneas*, Nos. 16-17, Colima, Universidad de Colima, 1994.
- Grimson, Alejandro y Varela, Mirta, *Audiencias, cultura y poder: estudios sobre televisión*, Buenos Aires, Eudeba, 1999.
- \_\_\_\_\_, "Culturas populares, recepción y política: genealogías de los estudios de comunicación y cultura en la Argentina", en Mato, Daniel (comp.), *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*, Caracas, CLACSO, CEAP, FACES, Universidad de Central de Venezuela, 2002, pp. 255-264.
- Habermas, Jürgen, *Historia y crítica de la opinión pública: la transformación estructural de la esfera pública*, Barcelona, Gustavo Gili, 1986.
- Hall, Stuart, "Encoding and Decoding in Television Discourse", en Hall, Stuart et al. (comps.), *Culture, Media, Language*, London, Hutchinson, 1981, pp. 128-138.
- Hartley, John, *Los usos sociales de la televisión*, Barcelona, Paidós, 2000.
- Herzog, Herta, "What do we Really Know about Daytime Serial Listeners", en Lazarsfeld, Paul y Stanton, Frank, *Radio Research, 1942-1943*, New York, Duell, Sloan & Pearce, 1944.
- Hirsch, Eric, "El largo y el corto plazo del consumo doméstico: un estudio etnográfico", en Silverstone, Roger y Hirsch, Eric (edits.), *Los efectos de la nueva comunicación: el consumo de la nueva tecnología en el hogar y la familia*, Barcelona, Bosch, 1996, pp. 297-318.
- Huertas, Amparo. *La audiencia investigada*, Barcelona, Gedisa, 2002.
- Jack, Nilda, "Historia de familia y etnografía: procedimientos metodológicos para un análisis integrado", en Orozco, Guillermo, *Recepción y mediaciones: casos de investigación en América Latina*, Buenos Aires, Norma, 2002, pp. 25-46.
- Jensen, Joli y Pauly, John, "Imaginar a la audiencia: pérdidas y ganancias en los estudios culturales", en Ferguson, M. y Golding, P. (edits.), *Economía política y estudios culturales*, Barcelona, Bosch, 1998, pp. 263-282.
- Katz, Elihu; Blumler, Jay y Gurevitch, M. "Usos y gratificaciones de la comunicación de masas", en Moragas, Miguel de (edit.), *Sociología de la comunicación de masas*, vol. II, Barcelona, Gustavo Gili, 1985, pp. 127-171.
- Kornhauser, William, *Aspectos políticos de la sociedad de masas*, Buenos Aires, Amorrortu, 1969.

- Landi, Óscar, *Devórame otra vez: qué hizo la televisión con la gente, qué hace la gente con la televisión*, Buenos Aires, Planeta, 1992.
- Lazarsfeld, Paul y Merton, Robert, "Comunicación de masas, gustos populares y organización social", en Moragas, Miguel de (edit.), *Sociología de la comunicación de masas*, vol. II, Barcelona, Gustavo Gili, 1985, pp. 23-49.
- Le Bon, Gustave, *Psicología de las multitudes*, Buenos Aires, Albatros, 1968.
- Lindolff, Thomas, "Media Audience as Interpretative Communities", en Andersen, J. (edit.), *Communication Yearbook*, vol. 11, Newsbury Park, Sage, 1988.
- Lippmann, Walter, *Public Opinion*, New York, Free Press, 1965.
- Livingstone, Sonia, "Audience Reception: The Role of the Viewer in the Retelling Romantic Drama", en Curran, James y Gurevitch, Michael (eds.), *Mass Media and Society*, London, Edward Arnold, 1991, pp. 285-306.
- López de la Roche, Martiza; Martín-Barbero, Jesús y Valencia, Estella, *Los niños como audiencias: investigación sobre recepción de medios*, Bogotá, Proyecto de Comunicación para la Infancia, Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, 2000.
- Lozano, Elizabeth, "Del sujeto cautivo a los consumidores nomádicos", en revista *Diálogos de la Comunicación*, No. 30, Lima, FELAFACS, junio de 1991, pp. 19-25.
- Lull, James, *Medios, comunicación y cultura*, Buenos Aires, Amorrortu, 1997.
- \_\_\_\_\_ (edit.), *World Families Watch Television*, California, Sage, 1988.
- Mantecón, Ana Rosas, "Los estudios sobre consumo cultural en México", en Mato, Daniel (comp.), *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*, Caracas, CLACSO, CEAP, FACES, Universidad de Central de Venezuela, 2002, pp. 255-264.
- Mata, María Cristina "Radio: memorias de la recepción. Aproximaciones a la identidad de los sectores populares", en revista *Diálogos de la Comunicación*, No. 30, Lima, FELAFACS, junio de 1991, pp. 40-53.
- Mattelart, Armand y Michele, "La recepción: el retorno al sujeto", en revista *Diálogos de la Comunicación*, No. 30, Lima, FELAFACS, junio de 1991, pp. 10-18.
- Martín-Barbero, Jesús, "Recepción: uso de medios y consumo cultural" (presentación), en revista *Diálogos de la Comunicación*, No. 30, Lima, FELAFACS, junio de 1991, pp. 4-5.
- \_\_\_\_\_, *De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía*, Barcelona, Gustavo Gili, 1987.
- \_\_\_\_\_ y Muñoz, Sonia (coords.), *Televisión y melodrama*, Bogotá, Tercer Mundo, 1992.
- Maziotti, Nora, "Estudios de recepción: una exploración constante", en revista *Tram(p)as de la Comunicación y la Cultura*, No. 12, La Plata, Universidad de La Plata, Argentina, abril de 2003, pp. 42-51.
- McQuail, Denis, "Mass Media in the Public Interest", en Curran, James y Gurevitch, Michael (eds.), *Mass Media and Society*, London, Edward Arnold, 1991, pp. 68-81.
- Meyrowitz, Joshua, *No sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*, New York, Oxford University Press, 1985.
- Minc, Alain, *La borrachera democrática: el nuevo poder de la opinión pública*, Madrid, Temas de Hoy, 1995.
- Merton, Robert, "Estudios sobre la propaganda por radio y el cinematógrafo", en Merton, Robert, *Teoría y estructura social*, México, Fondo de Cultura Económica, 1992.
- \_\_\_\_\_, *Mass Persuasion*, New York, Free Press, 1946.
- Monzón, Cándido, *Opinión pública, comunicación y política*, Madrid, Técno, 1996.
- Morley, David, "Populismo, revisionismo y los 'nuevos' estudios de audiencias", en Curran, James; Morley, David y Walkerdine, Valerie, *Estudios culturales y comunicación*, Barcelona, Paidós, 1998, pp. 417-437.
- \_\_\_\_\_, *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Buenos Aires, Amorrortu, 1996.
- \_\_\_\_\_, "Ortodoxias teóricas: el textualismo, el constructivismo y la 'nueva etnografía' en los estudios culturales", en Ferguson, M. y Golding, P. (eds.), *Economía política y estudios culturales*, Barcelona, Bosch, 1998, pp. 215-238.
- \_\_\_\_\_ y Silverstone, Roger, "Comunicación y contexto: la perspectiva etnográfica en los estudios de opinión", en Jensen, K. B. y Jankowski, N. W., *Metodologías cualitativas en comunicación de masas*, Barcelona, Bosch, 1993, pp. 181-196.
- Murdock, Graham, "La investigación crítica y las audiencias activas", en revista *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. IV, No. 10, Colima, Universidad de Colima, 1990.
- Muñoz, Sonia, *El libro, el ojo y la pantalla: consumo cultural en Cali*, Cali, Universidad del Valle, 1995.
- Nightingale, Virginia, *El estudio de las audiencias: el impacto de lo real*, Barcelona, Paidós, 1999.
- Noelle-Neumann, Elizabeth, *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*, Barcelona, Paidós, 1995.
- Orozco, Guillermo, *Recepción y mediaciones: casos de investigación en América Latina*, Buenos Aires, Norma, 2002.
- \_\_\_\_\_, *Televisión, audiencias y educación*, Buenos Aires, Norma, 2001.
- \_\_\_\_\_, "Los caminos de la recepción" (Conversación con Guillermo Orozco), en revista *Signo y Pensamiento*, No. 29, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, 1996, pp. 115-130.
- \_\_\_\_\_, *Televisión y audiencias: un enfoque cualitativo*, Madrid, Ediciones de La Torre, Universidad Iberoamericana, 1996.
- Ortega y Gasset, José, *La rebelión de las masas*, Madrid, El Arquero, Revista de Occidente, 1966.

- Park, Robert, "La masa y el público. Una investigación metodológica y sociológica", en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, No. 74, Madrid, abril-junio, 1996, pp. 361-421.
- Peza, María del Carmen de la, "Las tram(p)as de los estudios de recepción y opinión pública", en revista *Tram(p)as de la Comunicación y la Cultura*, No. 12, La Plata, Universidad de La Plata, Argentina, abril de 2003, pp. 8-24.
- \_\_\_\_\_, "El bolero y la educación sentimental: sus procesos de significación y resignificación. De lecturas y escrituras diversas", en revista *Diálogos de la Comunicación*, No. 40, Lima, FELAFACS, 1994.
- Quiróz, María Teresa, "La recepción crítica de TV", en *Cuadernos CICOSUL*, año IV, No. 8, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Lima, Lima, 1988.
- \_\_\_\_\_, y Márquez, María Teresa, "Mujeres que la miran y mujeres que son vistas", en Verón, Eliseo y Escudero, Lucrecia (comps.), *Telenovela: ficción popular y mutaciones culturales*, Barcelona, Gedisa, 1997, pp. 205-221.
- Radway, Janice, *Reading the Romance*, Chapel Hill, University of North Caroline Press, 1984.
- Renner, Martha y Orozco, Guillermo, "Hablan los televidentes: estudios de recepción en varios países", en *Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales*, No. 4, México, Universidad Iberoamericana, 1992.
- Rincón, Omar (comp.), *Televisión pública: del consumidor al ciudadano*, Bogotá, Convenio Andrés Bello, Fundación Friedrich Ebert, 2001.
- Saintout, Florencia, *Los estudios de recepción en América Latina*, La Plata, Universidad de La Plata, 1998.
- Sarlo, Beatriz, "La narrativa sentimental: el género y la lectura desde la perspectiva sociocultural", en revista *Diálogos*, No. 30, Lima, FELAFACS, junio de 1991, pp. 31-39.
- Sennett, Richard, *Narcisismo y cultura moderna*, Barcelona, Kairós, 1980.
- \_\_\_\_\_, *El declive del hombre público*, Barcelona, Península, 1978.
- Shils, Edward, "La sociedad de masas y su cultura", en VV.AA., *Industria cultural y sociedad de masas*, Caracas, Monte Avila Editores, 1979, pp. 141-176.
- Silverstone, Roger, *Televisión y vida cotidiana*, Buenos Aires, Amorrortu, 1996.
- \_\_\_\_\_, y Hirsch, Eric (edits.), *Los efectos de la nueva comunicación: el consumo de la nueva tecnología en el hogar y la familia*, Barcelona, Bosch, 1996.
- Stevenson, Nick, *Culturas mediáticas: teoría social y comunicación masiva*, Buenos Aires, Amorrortu, 1998.
- Sunkel, Guillermo, (coord.), *El consumo cultural en América Latina*, Bogotá, Convenio Andres Bello, 1999.
- \_\_\_\_\_, *Razón y pasión en la prensa popular*, Santiago, Ilet, 1982.
- Tarde, Gabriel, *La opinión y la multitud*, Madrid, Taurus, 1986.
- Terrero, Patricia, "Ocio, prácticas y consumos culturales: aproximaciones a su estudio en la sociedad mediatizada", en Sunkel, Guillermo (coord.), *El consumo cultural en América Latina*, Bogotá, Convenio Andres Bello, 1999, pp. 196-214.
- Varela, Mirta, "De las culturas populares a las comunidades interpretativas: fragmentación y consenso en el campo de la comunicación y cultura", en revista *Diálogos de la Comunicación*, No. 56, Lima, FELAFACS, 1999, pp. 92-101.
- Vassallo de Lopes, María Inmacolata, "Exploraciones metodológicas en un estudio de recepción de telenovela", en revista *Comunicación y Sociedad*, No. 29, Guadalajara, 1997, pp. 161-177.
- \_\_\_\_\_, Simões Borelli, Silvia y Da Rocha Resende, Vera, *Viviendo com a telenovela: mediação, recepção, teleficionalidade*, São Paulo, Summus, 2002.
- Wright, Charles, "Sociología del auditorio: ¿existe un auditorio masivo?", en Wright, Charles, *Comunicación de masas: una perspectiva sociológica*, Buenos Aires, Paidós, 1972.