

WOLF, Mauro

(MRG)

PRIMERA PARTE: DESCRIPCIÓN

1. Información bibliográfica.

a. Del libro reseñado

Wolf, Mauro. *Los efectos sociales de los media*, Barcelona, Editorial Paidós, 1994, 208 páginas.

b. De la edición original

Wolf, Mauro. *Gli effetti sociali dei media*, Milán, Gruppo Editoriale Fabbri, 1992.

2. Descriptores conceptuales de contenido.

a. Epistemología: Positivismo

b. Fuentes históricas: Sociología Funcionalista (Sociología crítica-cultural)

c. Comunicología: Difusión

d. Macro-objeto: Medios de difusión

e. Objeto específico: Efectos

SEGUNDA PARTE: CONTENIDO

3. Ubicación campal de la obra

a. Clasificación campal. Dentro / Dentro.

b. Época: Los noventa. Desarrollo del espacio conceptual

c. Región: Europa.

4. Contenido de la obra

a. Género: Teoría

b. Índice de la obra

Introducción, 9

PRIMERA PARTE.

LA HISTORIA TRANSMITIDA

1. La importancia del tema, 15
 - 1.1. Tres claves de lectura del tema, 18
 - 1.2. La historia de los efectos, 29
2. Confrontando versiones, 33
 - 2.1.
 - 2.2.
 - 2.3.
3. Las causas de la vuelta, 51
 - 3.1. El proceso de planetarización, 51
 - 3.2. La videopolítica, 53

3.3. La función cognoscitiva de los medios, 55

SEGUNDA PARTE. EL PODER DE LOS MEDIA

1. Introducción, 59
2. La espiral del silencio, 63
 - 2.1. El poder de los media, 63
 - 2.2. Validez y limitaciones del modelo, 71
3. Los desniveles de conocimiento, 77
 - 3.1. La desigualdad de los media, 77
 - 3.2. La actualidad del modelo, 82
4. La dependencia de los media, 85
 - 4.1. Tipos de dependencia, 86
5.
 - 5.1.
 - 5.2. Las dificultades del modelo, 99
 - 5.3. Otros ámbitos de socialización, 103
 - 5.4. El lugar de los media, 107
6. Los media y la construcción social de la realidad, 113
 - 6.1. Algu

TERCERA PARTE. LOS EFECTOS EN EL TIEMPO

1. Nuevos modelos, viejos problemas, 123
2. Los pasos a dar, 133
 - 2.1. El parámetro temporal, 133
 - 2.2. La pertinencia cognitiva, 141
 - 2.2.1. Los conocimientos múltiples, 145
 - 2.2.2
 - 2.3. La dimensión macrosocial, 152
 - 2.3.1. Un ejemplo: el caso Jenninger, 154
 - 2.3.2. Interdependencia y visibilidad, 157
 - 2.4. Los aspectos metodológicos, 167
 - 2.4.1. Causalidad y efectos a largo plazo, 168
 - 2.4.2. Efectos a largo plazo e investigaciones longitudinales, 171
 - 2.4.3. La aportación de la investigación cualitativa, 173
3. Nuevos media, nuevos temas para la investigación sobre los efectos, 179

Notas, 185

Referencias bibliográficas, 197

c. Síntesis del contenido, tomando como punto de partida el índice
En la primera parte el autor realiza una revisión histórica de la teoría de los efectos, ubicándola en tiempo y espacio para delimitar claramente el objeto de estudio de la obra: los efectos sociales de los medios de comunicación. En la segunda parte se exponen algunas de las teorías que han contribuido al desarrollo de la teoría de los efectos, tales como la espiral del silencio y la teoría del cultivo, entre otras. En este sentido, esta segunda parte constituye

una contextualización teórica y conceptual de la corriente de estudio de los efectos de los medios. En la tercera parte se sintetiza la teoría de los efectos de los medios de comunicación a corto, medio y largo plazo, haciendo más énfasis en estos últimos y se expone la propuesta metodológica para el abordaje de este objeto de investigación. La obra concluye con una reflexión en torno a la emergencia de nuevas problemáticas de investigación ante el surgimiento de las nuevas tecnologías.

d. Sugerencia: ¿cuál es la parte más importante?

La fundamentación conceptual de la teoría de los efectos sociales de los medios de comunicación se encuentra expuesta en la segunda parte de la obra, por lo que puede decirse que ésta se constituye como parte primordial. Mientras que en la primera parte se exponen los antecedentes del objeto de estudio, en la segunda parte el autor ya conceptualiza y da coherencia teórica a la corriente de estudios sobre los efectos de los medios.

TERCERA PARTE: COMENTARIO

5. Importancia teórica-conceptual del libro. Aportaciones de la obra a los estudios sobre comunicación y a la comunicología.

La importancia de esta obra para la comunicología se deriva de su carácter de divulgación y de la notable presencia del autor en el campo académico, sobre todo europeo. Esta obra es, en ella misma, un manual que ofrece al estudiante específicamente de nivel de licenciatura- un amplio y minucioso panorama acerca de la problemática de los efectos e influencias de los medios de comunicación de masas sobre la sociedad. Siendo éste uno de los temas que más debate académico ha generado en el campo de la comunicación, la obra se erige como importante por el hecho de sintetizar los antecedentes, principios teóricos y conceptuales y metodologías de análisis de este objeto de estudio tan ampliamente tratado. Se trata, así pues, de una herramienta fundamental para la investigación mediológica, pues el objeto de estudio no es la comunicación sino los medios de difusión masiva. Dicho de otra forma, este libro ofrece un estado de la cuestión en torno al tema de los efectos de los medios. En pocos casos este tema ha generado una obra completa, ya que la tendencia ha sido abordarlo en manuales de teorías de la comunicación que abarcan un abanico mayor de teorías relativas a la comunicación de masas, tales como los usos y gratificaciones y la teoría de la recepción, entre otras.

6. Importancia social (fama, presencia en el campo)

La obra de Mauro Wolf ha sido lectura obligatoria de muchos planes de estudio de licenciaturas en comunicación, y no sólo en el contexto europeo. Su carácter de divulgador lo ha convertido en un autor ampliamente citado y trabajado, sobre todo en los primeros niveles de la educación superior. Pese a que el autor no genera un debate conceptual en profundidad, su obra ha sido considerada un clásico para los estudios de los medios de comunicación de masas, y en este sentido, su presencia en el campo es notable en lo que concierne a estudios mediológicos.

7. Ubicación del libro dentro de la obra del autor

Esta obra es posterior al libro *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas* (1987) que situó a Mauro Wolf en el centro de la reflexión sobre la comunicación. En ambos casos, se trata de libros con orientación pedagógica, obras de síntesis que, siendo fundamentalmente expositivas, sintetizan las principales tendencias de investigación en comunicación de masas. Así pues, *Los efectos sociales de los media* (1992) es resultado de la obra anterior de Wolf, en la que aborda gran parte de los marcos teóricos y conceptuales de la investigación en comunicación. De hecho, la teoría de los efectos de los medios de comunicación se encuentra previamente desarrollada en la obra de 1987, aunque sin duda alguna, la obra de 1992 es sustancialmente más profunda, ya que se trata de un monográfico temático, y no de un compendio o relación de temas diversos.