

MARTÍN SERRANO, Manuel

(JGC)

PRIMERA PARTE: DESCRIPCIÓN

1. Información bibliográfica.

a. Del libro reseñado.

MARTÍN Serrano, Manuel, La producción social de comunicación, 2ª edición, México, Alianza Universidad, 1994, 332 páginas

b. De la edición original.

1ª edición, Madrid, 1986

c. De la primera edición en español.

2. Descriptores conceptuales de contenido.

a. Epistemología. Sistémica, (Positivismo)

b. Fuentes. Cibernética, (Sociología Funcionalista)

c. Comunicología. Estructuración

d. Macro-objeto. Comunicación

e. Objeto específico. Mediación

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.

Prólogo a la edición mexicana

9

Prólogo a la edición española

11

Introducción: Presentación de la teoría social de la comunicación

13

Primera parte: Fundamentos para una teoría social de la comunicación

1. Las teorías del intercambio entre sociedades y concepción del mundo

35

2. Las afectaciones entre la comunicación pública y el sistema social

49

3. Categorías para una teoría dialéctica de la producción social de la comunicación

71

4. El modo de producción de comunicación de las formaciones sociales capitalistas
85

Segunda parte: Planteamiento teórico y metodológico para el estudio de la producción social de comunicación

1. El conocimiento del cambio del entorno social a través de las fuentes institucionales de comunicación
107
2. La producción social de comunicación
117
3. Mediaciones que intervienen en la representación del cambio social
133
4. La producción del acontecer público y la elaboración de representaciones del entorno A) Modelos de análisis
141
5. La producción del acontecer público y la elaboración de representaciones del entorno B) Unidades de análisis
149
6. Diseños para investigar la producción social de comunicación
163

Tercera parte: La investigación de la comunicación pública a partir de los productos comunicativos

1. Investigación de la selección del acontecer público y de su ubicación en el espacio y en el tiempo
177
2. Investigación de la Mediación Estructural
203
3. Planteamiento del análisis de la Mediación Cognitiva
219
4. Análisis de los actores de la comunicación
223
5. Los roles que se les encomiendan a los actores
253
6. La actuación del actor en el desempeño del rol
265

Cuarta parte: La producción de comunicación institucional en los MCM

1. La interpretación y los intérpretes del mundo en los MCM
311

c. Síntesis del contenido, tomando como punto de partida el índice.
El texto está organizado en cuatro partes, las dos primeras dedicadas a la presentación de una construcción teórica fundamentada en la imagen-concepto-idea de la mediación. Y las dos últimas en un guión para la

investigación de la comunicación social desde la perspectiva teórica presentada en las dos primeras partes. El texto avanza el trabajo fundacional de una teoría de la comunicación social, más que una perspectiva de productos, una de producción, más que una imagen de individuos, una imagen de sistemas de relación institucional y funcional. La presentación de la obra la nombra como un texto “centrado en el estudio de la producción de información destinada a la comunicación pública, de su uso social y de sus modalidades”. Y sigue...”esta obra se ocupa del origen y de las transformaciones de los sistemas institucionales de comunicación, encargados en cada sociedad de la elaboración y distribución de las noticias que conciernen al conjunto de la colectividad. La identificación de los diversos componentes tecnológicos organizativos y culturales que incluye cada sistema institucional de comunicación, la forma en que se producen los bienes fabricados para abastecer a la comunidad de información (los productos comunicativos) y el uso que se hace de esa información para contribuir a la producción de la sociedad son objeto de detenido examen.” El texto se complementa con dos introducciones, una para México, elaborada por Jesús Martín Barbero, uno de los grandes difusores de la noción de mediación en América latina, y otra para España, elaborada por Harry Pröst, el investigador de los medios de difusión alemán más conocido en nuestro medio. A estas dos presentaciones se une la introducción del propio autor a su teoría social de la comunicación.

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

La parte más importante es la primera del libro, la de los dos grandes apartados teóricos. El primero general que parte de una visión universal de las teorías del intercambio, para enfocar a las sociedades capitalistas contemporáneas. Y el segundo que propone un planteamiento teórico y metodológico para el estudio de la producción social de la comunicación, basado en la imagen de la mediación por una parte, y sobre todo de la producción institucional de representaciones del mundo.

TERCERA PARTE: COMENTARIO

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

Este es un libro que nació como un clásico, ahí surgió hacia el mundo de la comunicación la noción de mediación, la cual lleva cerca de veinte años en circulación. El texto habla más de reproducción institucional de representaciones que de mediación propiamente dicha, pero sigue siendo la primera referencia para el concepto de los noventa, la mediación. El texto se construye en la línea de una Mediología posible, junto con el libro, también clásico, de Debray. El texto también se caracteriza por sus apuntes sobre metodología, no sólo propone cómo concebir una mirada del mundo desde la comunicación, también una guía de cómo construir la información para soportar esa mirada. Si su enfoque es cercano a una visión sistémica, su propuesta metodológica es tradicional y apegada a la epistemología sociológica positivista.

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

Este libro es una referencia obligada para el estudio teórico de la comunicación. Tiene la peculiaridad de ser pensamiento teórico producido en español, pensado en español. Después de casi veinte años de su primera edición, es más lo que se ha dicho en forma superficial que lo que se ha desarrollado a partir de sus planteamientos. Ha sido difícil su camino. Su divulgador, Jesús Martín Barbero, es conocido más como autor original que como divulgador. Y la noticia general es que no es buena noticia la producción teórica en español, la dependencia del mundo comunicológico en inglés o en francés es muy grande.

7. Ubicación del libro dentro de la obra del autor.

Este es el libro más conocido de Manuel Martín Serrano, y junto con el texto titulado Teoría de la comunicación, Epistemología y análisis de la referencia, también reseñado, constituye la obra más difundida del autor. Martín Serrano es profesor catedrático en la Universidad Complutense de Madrid, su presencia regional es indiscutible, así como su referencia latinoamericana a través de los discípulos que ha formado en el doctorado en Comunicación en la facultad madrileña. Puede afirmarse que este libro es el más importante del autor hasta la fecha.