

MATTELART, Armand y Mattelart, Michèle

(MRG)

PRIMERA PARTE: DESCRIPCIÓN

1. Información bibliográfica.

a. Del libro reseñado

Mattelart, Armand; Mattelart, Michèle. *Historia de las teorías de la comunicación*, 1ª Edición, Barcelona, Editorial Paidós, 1997, 142 páginas.

b. De la edición original:

Mattelart, Armand, Mattelart, Michèle. *Histoire des théories de la communication*, Paris, Éditions La Découverte, 1995.

2. Descriptores conceptuales de contenido.

a. Epistemología: Positivismo

b. Fuente histórica: Sociología crítica-cultural (Semio-lingüística, Psicología Social, Cibernética, Sociología funcionalista, Economía Política, Sociología Fenomenológica)

c. Comunicología: Estructuración

d. Macro-objeto: Historia

e. Objeto específico: Comunicación

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: Historia

b. Índice de la obra

Introducción, 9

1. El organismo social, 13

1. El descubrimiento de los intercambios y de los flujos, 13

La división del trabajo, 13

La red y la totalidad orgánica, 15

La historia como desarrollo, 16

2. La gestión de las multitudes, 18

La estadística moral y el hombre medio, 18

La psicología de las multitudes, 19

2. Los empirismos del Nuevo Mundo, 23

1. La Escuela de Chicago y la ecología humana, 23

La ciudad como "espectroscopio de la sociedad", 23

- Diversidad y homogeneidad, 26
- 2. La *Mass Communication Research*, 28
 - Harold Lasswell y el impacto de la propaganda, 28
 - La sociología funcionalista de los medios de comunicación, 30
 - Una discrepancia teórica, 32
 - El “doble flujo de la comunicación”, 34
 - La decisión de grupo, 37
 - Una voz disidente, 39
- 3. La teoría de la información, 41
 - VIII. Información y sistema, 41
 - El modelo formal de Shannon, 41
 - El enfoque sistémico de primera generación, 44
 - IX. La referencia cibernética, 46
 - La entropía, 46
 - El “colegio invisible”, 47
- 4. Industria cultural, ideología y poder, 51
 - 1. La teoría crítica, 52
 - Cuestión de método, 52
 - La industria cultural, 53
 - La racionalidad técnica, 56
 - 2. El estructuralismo, 59
 - Una teoría lingüística, 59
 - Una escuela francesa, 61
 - Aparatos ideológicos de Estado y reproducción social, 64
 - El dispositivo de vigilancia, 66
 - La cosificación de la estructura, 69
 - 3. *Cultural Studies*, 70
 - La cultura del pobre, 70
 - El Centro de Birmingham, 71
 - Hacia el estudio de la recepción, 74
- 5. Economía política, 77
 - 1. La dependencia cultural, 78
 - Integración mundial e intercambio desigual, 78
 - El imperialismo cultural, 79
 - La Unesco y el nuevo orden mundial de la comunicación, 81
 - 2. Las industrias culturales, 83
 - La diversidad de la mercancía, 83
 - De un sector industrial a la “sociedad global”, 85
- 6. El regreso de lo cotidiano, 89
 - 1. El movimiento intersubjetivo, 89
 - Etnometodologías, 89
 - Actor/sistema: ¿el final de un dualismo?, 92
 - El viraje lingüístico, 95
 - El “actuar comunicativo”: Habermas, 96
 - 2. Etnografía de las audiencias, 98
 - La cuestión del lector, 98
 - Cultural Studies* y estudios feministas, 100
 - Usos y gratificaciones, 102
 - El consumidor y el usuario: apuestas estratégicas, 103
- 7. La influencia de la comunicación, 107

1. La figura de la red, 107
Crítica del difusionismo, 107
Las ciencias cognitivas, 110
2. Mundo y sociedades, 112
El planeta híbrido, 112
Hacia una nueva jerarquía del saber, 116

Conclusión, 125

Bibliografía, 127

Índice de nombres, 139

c. Síntesis del contenido, tomando como punto de partida el índice.

La introducción de la obra apunta de forma sintética a la construcción de las ciencias de la comunicación como un campo de conocimiento interdisciplinario. Los seis siguientes capítulos ofrecen al lector un viaje por las principales corrientes de estudio de la comunicación, así como por las principales áreas problemáticas que ocupan a esta disciplina. El funcionalismo, la teoría matemática y la economía son tres de las perspectivas abordadas. Por último, el séptimo capítulo apunta hacia la emergencia y consolidación de los nuevos medios de comunicación en la denominada sociedad-red.

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

Esta obra tiene como fuente histórica la Economía Política, y el hecho que se trate de un texto histórico hace que no se pueda delimitar con claridad cuál es la parte de la obra de mayor importancia. Quizás, por la poca presencia que tiene la interacción en el campo de estudios de la comunicación, se pueda considerar al sexto capítulo como el fundamental, ya que sintetiza todos aquellos enfoques que han recuperado al sujeto y que han retomado a la interacción como marco analítico fundamental. También es importante el tercer capítulo, en el que se aborda la teoría matemática de la información. Igual que en el caso anterior, este capítulo puede ser considerado fundamental por abordar una temática que demasiado frecuentemente ha sido relegada a un segundo plano en la reflexión sobre la comunicación.

TERCERA PARTE: COMENTARIO

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

Esta obra se erige como un organizador del conocimiento sobre comunicología, ya que sitúa el comienzo de un pensamiento organizado sobre comunicación y establece el mapa histórico de corrientes, tendencias y escuelas que se han acercado a la comunicación. Su valor es fundamentalmente histórico y pedagógico, en el sentido que constituye una válida síntesis del pensamiento comunicológico que abarca todo el siglo XX. Además de presentar la historia de la reflexión sobre la comunicación, la obra muestra los campos

problemáticos que han ocupado a los estudios realizados desde esta disciplina, por lo que no sólo constituye una historia sino también un mapa de los problemas que tradicionalmente han sido abordados desde la comunicación y desde disciplinas afines a ésta.

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

La presencia social de esta obra en el campo de la comunicación se debe, en parte, a la fama de sus autores, que paulatinamente se han convertido en puntos de referencia en el pensamiento comunicológico. El carácter sintético y de divulgación de la obra, así como su voluntad abarcadora, la han convertido en libro básico para el estudio de las teorías de la comunicación, sobre todo, a nivel de licenciatura.

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

Armand Mattelart es uno de los más destacados especialistas de la comunicación a escala mundial. Pese a ser de origen europeo –belga-, realizó sus trabajos desde Chile hasta la década de los setentas. Desde los inicios de su trayectoria intelectual, se situó en una perspectiva de pensamiento crítica, heredada de los estudios estructuralistas y, en general, de la economía política, por lo que la cultura de masas se erige como el objeto de estudio al que presta mayor atención. En 1972 publica, junto a Ariel Dorfman, el libro *Para leer al Pato Donald*, una obra que se convirtió en un best-seller en el campo de la comunicación. En la misma línea de crítica al poder de las transnacionales y la cultura de masas se sitúan muchas de sus obras posteriores. En su haber destacan más de 30 libros como autor y coautor, y cientos de artículos académicos sobre los problemas de la comunicación en América Latina y Europa. Algunas de sus obras más destacadas –y traducidas al español- son, además de la comentada anteriormente, *Agresión desde el espacio* (1972), *Comunicación masiva y Revolución socialista* (1972), *Los medios de comunicación en tiempos de crisis* (1985), *La comunicación como construcción de un mundo alternativo* (1985), *Pensar los medios* (1986), *Pensar sobre los medios* (1987), *La publicidad* (1991), *La comunicación-mundo* (1993), *La invención de la comunicación* (1994), *La mundialización de la comunicación* (1998), e *Historia de la sociedad de la información* (2002), entre otras muchas. La unidad de toda esta producción radica en la perspectiva histórica, política y crítica que el autor imprime en todas sus obras. El enfoque de la economía política prevalece sobre cualquier otro, y en casi todos los casos se trata de obras de exposición y reflexión crítica en torno a problemas relacionados con el mundo de la información y la comunicación. La obra *Historia de las teorías de la comunicación* (1995), en este sentido, es coherente con el resto de producción del autor. Sin embargo, su interés radica en el carácter de divulgación y síntesis, algo que en las otras obras no constituyó una constante.