

# SIERRA CABALLERO, Francisco

(JGC)

## PRIMERA PARTE: DESCRIPCIÓN

### 1. Información bibliográfica.

a. Del libro reseñado

SIERRA Caballero, Francisco, Elementos de Teoría de la Información, Sevilla, Editorial Mad, 1999, 550 páginas.

### 2. Descriptores conceptuales de contenido.

a. Epistemología. Hermenéutica, (Positivismo)

b. Fuentes. Sociología crítica-cultural, (Economía Política, Sociología Funcionalista, Cibernética, Semio-lingüística)

c. Comunicología. Difusión

d. Macro-objeto. Sociedad

e. Objeto específico. Información

## 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.

Presentación	11
I. Introducción	19
II. La producción social del imaginario	31
1. El pre-texto de la TI	35
2. Modernidad y desarrollo social de la información	42
3. Del lenguaje y del trabajo	49
4. Medios de información y norma cultural	54
5. La lógica de la industria cultural	68
III. Paradigmas teóricos de la información	75
1. Un territorio des-limitado	77
1.1 La TI como ciencia	79
1.2 Migraciones y turbulencias epistemológicas	81
2. La complejidad científica de la información	89

3. Ejes y aceptaciones	96
4. El paradigma informacional	111
4.1 La concepción fiscalista	113
4.2 La distribución como modelo	123
4.3 Sistema y orden informativo	125
5. Unir, contextualizar, globalizar	143
6. La cultura como horizonte	154
IV. Información y sociedad	163
1. El lazo social	164
2. El universo de la producción simbólica	170
3. La comunicación y sus formas	177
4. El sujeto y su entorno. De las redes sociales al espesor material de la industria de la cultura	185
4.1 La comunicación primaria	187
4.2 La dinámica grupal	194
4.3 Información y organización	197
4.4 El problema de la massmediación	198
5. La comunicación como dominio	210
5.1 Sistemas de comunicación y autorregulación social	218
5.2 El pensamiento funcionalista	222
5.3 Estructura y función de la comunicación colectiva	226
6. Información y estructura	236
6.1 La estructura lingüística de la comunicación	240
6.2 La potencia estructurante de la comunicación	243
6.3 El modelo semiótico	246
6.4 La estructura de la comunicación colectiva	249
7. Dialéctica de la información	253
7.1 La perspectiva materialista	257
7.2 La información y la industria	266
7.3 La estructura ideológica del Estado	274
8. El enfoque culturológico	278
8.1 La producción de consenso	282
8.2 Comunicación y cultura popular	288
V. Modelos y niveles de análisis	295
1. La comunicación como modelo	297
2. La producción social de la realidad	313
2.1 La actividad informativa	315
2.2 La mediación organizacional	323
2.3 La producción del consentimiento	333
2.4 Economía de la información	342
3. Mensaje, texto, discurso	350
3.1 El mensaje informativo	351
3.2 La codificación	362
3.3 El discurso informativo	368
4. Pensar los medios	376
4.1 De canales y medios de información	380

4.2 Medios de información y cambio histórico	384
4.3 Medios y mediaciones culturales	386
4.4 Medio, información y conocimiento	388
4.5 La galaxia McLuhan	392
4.6 La sociedad tecnopólita	406
4.7 La piel de la cultura	414
4.8 Mediamorfosis y redes informacionales	418
4.9 Navegaciones, innovación tecnológica y mediaciones culturales	419
4.9.1 Hacia una ecología mediática interactiva	420
4.9.2 Mapas y navegaciones	422
4.9.3 Pensar las redes	425
5. Teorías de los efectos	430
5.1 El análisis de la recepción	431
5.2 Funciones y efectos	435
5.3 Cognición, representación e influencia social	448
5.4 La tematización de la agenda	453
5.5 La espiral del silencio	466
5.6 La aculturación televisiva	473
6. Usos y gratificaciones	484
7. Cultura y análisis de audiencias. Bases para una comprensión integral de la recepción	492
7.1 Teoría crítica de la recepción	495
7.2 Comunidades interpretativas y procesos de mediación cultural	499
7.3 La deriva cualitativista	503
7.4 El consumo simbólico como problema	510
 Bibliografía	 517

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

Este es un libro de teoría de la información, y al mismo tiempo un programa de trabajo y un guión de un curso escolar. Tiene una estructura que lo asimila a las tres opciones. No queda explícito del todo en el mismo texto a cual de las tres sigue con mayor rigor, pero dado que es un texto, podría decirse que es un libro idóneo para ser el programa de un curso escolar. Está dividido en cinco partes. En la primera presenta una introducción al tema, el énfasis es la necesidad de una teoría de la información y la posibilidad de construirla. En la segunda el autor intenta ubicar a la información como nudo problemático de la vida social y de la historia. En la tercera explora las visiones sobre la información y la comunicación desde un enfoque socio-lógico, desde las clásicas fisicalistas hasta las llamadas más contemporáneas culturalistas. La cuarta parte desarrolla la visión social de la información, la más compleja desde el punto de vista presentado en la tercera. Y termina el texto en una quinta parte que presenta las formas en que se ha conocido y entendido a los medios de información, organizando el discurso en corrientes y enfoques.

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

El libro ensaya una visión lo más completa de la información y la comunicación, pero siempre con la intención de mirar a los medios, el tema central de las escuelas de comunicación en el mundo. De ahí que la última parte la dedicada

a los modelos, sea la más pertinente para concentrar la intención del libro. Ahí se presentan las ideas que se han construido a lo largo de la historia en los estudios e investigación de los medios, las más prestigiadas, las más sancionadas, las más operantes.

## **TERCERA PARTE: COMENTARIO**

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

El libro es un texto de los considerables como básico para una biblioteca sobre teoría de la comunicación, el autor se inclina por el concepto de información pensando sobre todo en los medios masivos de difusión. El texto en este sentido es un libro sobre Mediología, un ensayo de sistematización de autores e ideas sobre la información en operación social a través de los medios.

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

El libro es un texto escolar en su medio, Sevilla. Y una obra de consulta en su entorno académico, el español. Por la ausencia de la distribución editorial no ha llegado a América, pero ya es una obra que se encuentra en las bibliografías sobre teoría de la comunicación.

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

Esta es quizás la obra más importante del autor hasta la fecha. Francisco Sierra trabaja en la Universidad de Sevilla, aunque su formación es madrileña y su familia de Granada. Es un empresario académico siempre con nuevos proyectos en la mano. Ha vivido en México varios años, y está casado con mexicana. Su vida profesional está muy ligada al campo académico de la comunicación en América Latina, al mexicano en particular. Nacido en los sesenta. Su obra es difícil de conseguir en papel, pero varios artículos suyos se pueden encontrar en Internet.