

Editorial Biblos

CIENCIAS DEL LENGUAJE

Este libro recorre los temas centrales de la cultura, la comunicación y los medios masivos. La antropología, la sociología, la semiología y la historia son disciplinas convocadas para establecer un tejido conceptual que permita el acceso a temas actuales y complejos. Una detallada exposición de los autores más destacados de cada especialidad permite conocer las perspectivas de trabajo en torno de los medios masivos y las identidades culturales. Se confrontan posiciones para permitir una visión plural que dé por resultado una postura menos inocente y más sospechosa acerca de los medios. La sociedad de la información y del conocimiento, otro tema del que trata este texto, no es una idea sino una realidad que está entre nosotros. Un dicho actual señala que la información puede hallarse en muchos lugares pero la sabiduría, no. Se trata de aprender a manejar con habilidad el exceso de información disponible.

Roberto Marafioti es profesor regular de las universidades de Buenos Aires y de Lomas de Zamora. Ha dictado cursos de grado y de posgrado en su especialidad. Es investigador en la Universidad de Buenos Aires. Publicó, entre otras obras, *Los significantes del consumo*; *Temas de argumentación*; *Culturas nómades*; *Los círculos de la comunicación*; *Recorridos semiológicos*; *Fronteras de la comunicación*; *Charles S. Peirce: el éxtasis de los signos* y *Los patrones de la argumentación*. Es autor de artículos aparecidos en revistas nacionales e internacionales sobre temas vinculados al análisis del discurso, la semiótica y la teoría de la argumentación.

Índice

Introducción	11
---------------------------	----

Capítulo 1

Cultura y comunicación	19
1. Naturaleza, civilización y cultura	19
2. Los orígenes del término "cultura"	21
3. La cultura ilustrada	22
4. El inicio de la racionalidad social: la antropología y la sociología	27
5. Los albores de la antropología	29
5.1. Lewis Henry Morgan	29
5.2. Edward Burnett Tylor	32
6. El estructuralismo	35
7. La antropología estructural de Claude Lévi-Strauss	37
7.1. Émile Durkheim	38
7.2. Marcel Mauss	41
7.3. El aporte de la lingüística estructural al análisis de la cultura	43
7.4. Claude Lévi-Strauss	45
7.4.1. La prohibición del incesto	46
7.4.2. El totemismo	48
7.4.3. Totemismo y <i>bricolage</i>	50
7.4.4. El mito	53
8. "Cultura" para la semiología de Umberto Eco	57
8.1. La producción y el uso de bienes	58
8.2. El intercambio de bienes	60
8.3. El intercambio de parientes	61
9. La semiótica de la cultura, la escuela de Tartu y la obra de Yuri Lotman	62

Capítulo 2

Comunicación de masas, cultura y transmisión cultural	77
1. Poder, comunicación y comunicación de masas	77
2. Poder e interacción social	81
3. Los medios técnicos de la comunicación	83

4. Algunos rasgos de la comunicación de masas	86
5. Interacción, mediación y comunicación	89
5.1. Tres tipos de interacción	90
5.2. La cuasiinteracción mediática televisiva	92
5.3. Acciones a control remoto	96
6. La comunicación de masas analizada por Umberto Eco	101
6.1. El modelo de la comunicación de Eco	103

Capítulo 3

Los procesos de mediación en la historia	109
1. Introducción	109
2. Algunas dimensiones institucionales de las sociedades modernas	111
3. Poder político y nuevas formas de mediación simbólicas	115
3.1. Orígenes del papel y las técnicas de impresión	115
3.2. Las imprentas, los textos, los públicos	118
4. El comercio en las noticias: orígenes y desarrollo	125
5. El crecimiento de las industrias periodísticas	129
6. El inicio del periodismo en la Argentina	133
A modo de conclusión	134

Capítulo 4

Paradigmas en el análisis de las comunicaciones de masas	139
1. De la sociología de las comunicaciones de masas a la sociología sistémica	139
2. La teoría hipodérmica	142
2.1. El modelo de Harold D. Lasswell	143
3. El análisis funcionalista de las comunicaciones masivas	145
3.1. Los primeros estudios empíricos en comunicación masiva	147
4. Niklas Luhmann, la sociología posfuncionalista y el análisis de los medios de masas	150
4.1. Niklas Luhmann	150
4.2. La teoría de los medios generalizados	155
4.3. La sociedad como sistema autorreferente de comunicaciones	157
4.4. La comunicación	159
4.5. La teoría de Luhmann sobre los medios masivos de comunicación	161
4.5.1. La duplicación de la realidad y la diferenciación	161
4.5.2. Codificación	163
4.5.3. Noticias y reportajes	164
4.5.4. Publicidad	168
4.5.5. Entretenimiento	169
4.5.6. La construcción de la realidad	173

Capítulo 5

La comunicación de masas desde las críticas al sistema	181
1. Cultura de masas e "industria cultural"	181
1.1. La primera generación de la escuela de Frankfurt: Horkheimer, Adorno y Marcuse	182
1.2. Walter Benjamin	192

2. La segunda generación de la escuela de Frankfurt: Jürgen Habermas	194
2.1. Jürgen Habermas, los medios masivos y la cultura de masas	199
3. La corriente de los estudios culturales y los medios masivos	204
3.1. Raymond Williams	207
3.1.1. "Cultura" según Raymond Williams	211
3.2. Stuart Hall	215
4. Marshall McLuhan, profeta y precursor de la aldea global	218
4.1. Medios calientes y medios fríos	226
4.2. La evolución de los estudios basados en las perspectivas de McLuhan	228

Capítulo 6

Sociedad de la información y sociedad del conocimiento

1. Introducción	233
2. El mundo contemporáneo, el borrado de las fronteras	234
3. Globalización, transnacionalización o mundialización	239
4. Manuel Castells y la teoría de la sociedad de la información	244
4.1. La era de la información	244
4.2. La galaxia internet	249
5. Economía e información en la era de la mundialización	251
5.1. Modelos de comunicación global: una revisión desde el presente	255

Conclusiones. Palabras finales, sentidos abiertos

Bibliografía