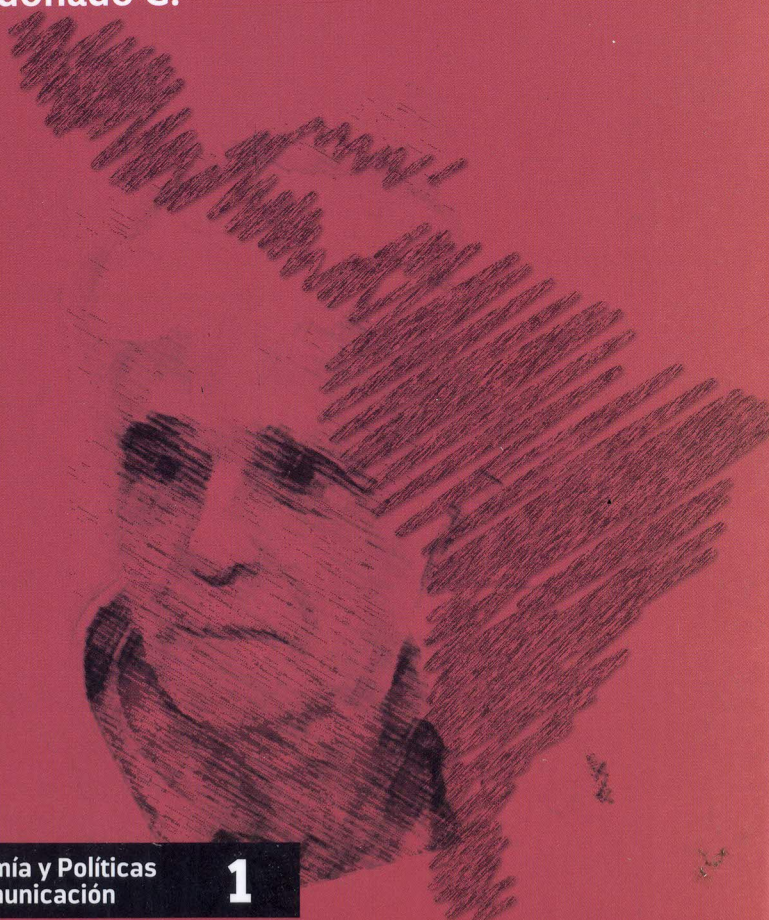


Epistemología de la Comunicación

Análisis de la vertiente
Mattelart en América Latina

Efendy Maldonado G.



EDICIONES
CIESPAL

Economía y Políticas
de Comunicación

1

**Epistemología
de la comunicación**
Análisis de la vertiente Mattelart
en América Latina
Efendy Maldonado

CIESPAL
**Centro Internacional de Estudios Superiores
de Comunicación para América Latina**

Av. Diego de Almagro N32-133 y Andrade Marín · Quito, Ecuador
Teléfonos: (593 2) 254 8011
www.ciespal.org
http://ediciones.ciespal.org/

Noviembre de 2015
Quito, Ecuador
Primera edición
ISBN: 978-9978-55-133-2

Edición
Guillermo Maldonado
Diagramación
Arturo Castañeda Vera

Ediciones CIESPAL, 2015

Los textos publicados son de exclusiva responsabilidad de sus autores.



Reconocimiento-SinObraDerivada

CC BY-ND

Esta licencia permite la redistribución, comercial y no comercial, siempre y cuando la obra no se modifique y se transmita en su totalidad, reconociendo su autoría.

Índice

11 **Prólogo**

Capítulo I

17 **Constitución del autor-investigador: bases, rupturas, desplazamientos, crítica y definiciones**

- 21 La crítica teórica del 'funcionalismo de izquierda' y las propuestas constituyentes del campo crítico de comunicación en América Latina
- 28 La producción de sentido y la crítica de las estrategias mediáticas
- 30 La importancia de lo cotidiano y del mito
- 31 Marcas de la época
- 33 Los tiempos libres y el placer
- 35 Una genealogía de las ideas
- 37 El pensamiento crítico se revoluciona
- 43 Comunicación, tecnología y sociedad
- 44 La paradoja francesa
- 46 Una opción trascendente: América Latina

Capítulo II

51 **Interdisciplina, perspectiva histórica, hegemonía**

- 51 Crítica a los desvíos transdisciplinarios
- 54 Importancia de la historia
- 55 Biologismo y otras apropiaciones problemáticas
- 62 Poder negociado y hegemonía

Capítulo III

65 **Sujeto histórico comunicante, consumo simbólico, multidimensionalidad**

- 65 El sujeto comunicante
- 72 La comunicación multidimensional
- 73 Sujetos históricos productores de sentido
- 78 Consumo simbólico social
- 79 El entretenimiento
- 85 Confrontaciones teóricas
- 87 Relaciones sujetos y Estado
- 91 Liberalismo funcionalista e información

Capítulo IV

- 97 **Epistemología, transdisciplinariedad, cultura, control, tecnología, positivismo**
- 99 Problematizaciones teóricas
- 106 Rupturas y continuidades teóricas en comunicación
- 110 La comunicación estructurante
- 120 El positivismo

Capítulo V

- 127 **Referentes críticos, solidaridad, entretenimiento, historia**
- 127 El pensamiento crítico inspirador pos liberal
- 131 Fraternidad, solidaridad y comunicación
- 135 La incompreensión del entretenimiento y del tiempo libre
- 138 Confluencias históricas

Capítulo VI

- 141 **Importancia del positivismo, teorías racistas, público e investigación micro**
- 141 El positivismo teórico y sus penetraciones en la historia y en la comunicación
- 150 Teorías racistas
- 155 El concepto de público
- 159 Importancia de las problemáticas micro

Capítulo VII

- 169 **Centralidad de las teorías estadounidenses en el campo de la comunicación**
- 169 Teorías estadounidenses estructuradoras en el campo de investigación
- 181 El contrapunto necesario: Charles Wright Mills
- 184 El papel de Claude E. Shannon
- 190 Los aportes de Norbert Wiener
- 191 Los teóricos subversores

Capítulo VIII

- 195 **Multiperspectiva crítica, ilusiones tecnicistas y procesos sociocomunicacionales reales**
- 195 Escuela de Frankfurt
- 200 Los estudios culturales críticos
- 204 Diversidad crítica en el pensamiento comunicacional
- 210 Capitalismo y mediatización
- 214 Las ilusiones tecnicistas y formales

Capítulo IX

- 217 **Epistemología histórica comunicacional transformadora**
- 217 Crítica sistemática de los sistemas hegemónicos de información, control, espionaje y represión en perspectiva transdisciplinar
- 224 Articulación teórica aglutinadora del campo de las ciencias de la comunicación
- 231 Visión emancipadora y compromiso ético-político intelectual con los procesos de cambio en América Latina y en el mundo
- 233 Transmetodología fortalecedora de la investigación comunicacional
- 237 **Referencias bibliográficas**