

DE LOS MEDIOS A LAS MEDIACIONES. COMUNICACIÓN, CULTURA Y HEGEMONÍA. Jesús Martín Barbero (1987)

Carlos F. Baca Feldman¹

Resumen

Como parte de la convocatoria de la revista *Razón y Palabra* para la celebración de su número 75, en la que se recopilaron una serie de reseñas de los textos que han marcado una época en el estudio de la comunicación, en este texto se pretende hacer una recopilación de las ideas más importantes de uno de los libros que fueron seleccionados por su importancia y que en el 2007 cumplió 20 años de su primera edición, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y Hegemonía*, de Jesús Martín Barbero. La reseña que aquí se muestra es el resumen de una idea que va a proporcionar un giro en el entendimiento y estudio de la comunicación, en el que se va más allá de las teorías que hasta su publicación se habían generado y comienza a fijar la vista en el poder de la audiencia y su papel estratégico en la configuración de su propio mundo, es a lo que el autor llama las *mediaciones*. La estructura del texto comienza con un breve recorrido por los planteamientos del libro, para posteriormente dar paso a la contextualización de la obra y el autor, así como los aportes que éste ha dejado en las ciencias de la comunicación, se concluye con algunas opiniones sobre el texto y su pertinencia.

Palabras clave

Medios, mediaciones, comunicación, cultura, hegemonía.

Abstract

As part of the call for Reason magazine and Word for holding the number 75, which brought together a series of reviews of the texts that have marked an epoch in the study of communication in this paper tries to make a compilation of the most important ideas of the books that were selected for their importance and in 2007 reached 20 years of its first edition, of the media to mediations. Communication, Culture and Hegemony, Jesús Martín Barbero. The summary shown here is the summary of an idea that will provide a shift in the understanding and study of communication, which goes beyond the theories to publication had been generated and begins to fixate in the power of the audience and its strategic role in shaping their own world, is what the author calls the mediations. The structure of the text begins with a brief overview of the approach of the book, then give way to the contextualization of the work and the author, and the contributions it has made in science communication, we conclude with some thoughts on the text and its testing pertinencia.

Key words

Media, mediation, communication, culture, hegemony.

Si pensamos que los libros más necesarios son los no complacientes, éste es uno de los indispensables en los noventa. Al proponerse entender a esas industrias de las respuestas y la consolidación que son los medios masivos, no sólo las asedia con preguntas y preguntas; se dedica a cambiar los interrogantes que habían organizado los estudios sobre la comunicación en los años precedentes. (García Canclini en Martín Barbero, 1991, p.5).

Como parte de la convocatoria de la revista *Razón y Palabra* para la celebración de su número 75, en la que se recopilaron una serie de reseñas de los textos que han marcado una época en el estudio de la comunicación, en este texto se pretende hacer una recopilación de las ideas más importantes de uno de los libros que fueron seleccionados por su importancia y que en el 2007 cumplió 20 años de su primera edición, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y Hegemonía*, de Jesús Martín Barbero.

La reseña que aquí se muestra es el resumen de una idea que va a proporcionar un giro en el entendimiento y estudio de la comunicación, en el que se va más allá de las teorías que hasta su publicación se habían generado y comienza a fijar la vista en el poder de la audiencia y su papel estratégico en la configuración de su propio mundo, es a lo que el autor llama las *mediaciones*. La estructura del texto comienza con un breve recorrido por los planteamientos del libro, para posteriormente dar paso a la contextualización de la obra y el autor, así como los aportes que éste ha dejado en las ciencias de la comunicación, se concluye con algunas opiniones sobre el texto y su pertinencia.

El texto presentado por Jesús Martín Barbero que lleva por nombre *De los medios a las mediaciones* (1987) es un referente académico para aquellos comunicadores que desean replantearse las preguntas de la labor de los medios dentro del panorama contextual que los envuelve en nuestros días. Sin embargo, al ser un estudio que analiza el conjunto de socialidades que rodean el proceso no se puede sólo encontrar su utilidad solamente en las ciencias de la comunicación, el texto va más allá y se presenta como un referente para el análisis de la colectividad en su conjunto. Para Néstor García Canclini, en el prólogo de la edición de 1991, debido a que el escrito “desplaza el análisis de los medios a las mediaciones sociales, no es sólo un texto de comunicación. Bien informado de la

renovación actual de los estudios sociológicos, antropológicos y políticos, parece un libro para confundir a los bibliotecarios” (p.6).

El objetivo de la investigación de Martín Barbero queda explícito desde el comienzo del escrito. En sus propias palabras la intención del texto es:

Cambiar el lugar de las preguntas, para hacer investigables los procesos de construcción de lo masivo por fuera del chantaje culturalista que los convierte inevitablemente en procesos de degradación cultural. Y para ello investigarlos desde las mediaciones y los sujetos, esto es, desde la articulación entre las prácticas de comunicación y movimientos sociales (1987, p. 11).

El objetivo se ve cumplido a través del viaje por el que nos lleva el autor, el cual se realiza en tres etapas que van, desde la conceptualización del pueblo y la masa, al análisis histórico de las posturas que estudian la comunicación masiva y, por último, a la consolidación de la *massmediación* en el contexto moderno de América Latina. El recorrido es vasto y propone una serie de preguntas que calan hasta el fondo de los preceptos que se tienen en la academia sobre el proceso de la comunicación, no sólo haciendo una crítica a la labor de los medios masivos, sino presentando una propuesta en la que ellos puedan generar una nueva mediación con sus audiencias. He aquí el aporte principal de un libro que sigue vigente a pesar de haber sido escrito hace más de 20 años.

Aunque la densidad de la información que se presenta en el libro impide hacer un resumen integral en tan poco espacio, podemos dibujar algunas de las líneas que sigue el autor para la confirmación de la hipótesis en la que centra su texto.

Un esbozo de las ideas planteadas en el texto

Primera parte: Pueblo y masa en la cultura: los hitos del debate

La primera etapa del recorrido consiste en un estudio histórico de la percepción que han tenido los intelectuales en la conceptualización del pueblo y de la masa, así como la importancia de la cultura en la definición de estos términos. Resulta indispensable llevar a

cabo este análisis, presentado por el autor, puesto que debemos de entender la génesis de la noción de lo masivo, para posteriormente conocer qué es lo que llamamos medios masivos en el circuito del estudio de la comunicación.

Comienza el análisis histórico con la conceptualización del pueblo en la Ilustración y posteriormente en el Romanticismo como épocas que sustentan el pensamiento moderno. Posteriormente se analiza el concepto de pueblo con base en la división de clases que define a la sociedad, tomando en cuenta las posturas de los anarquistas y marxistas en ese sentido, las cuales presentan una ruptura epistemológica con el culturalismo y observan la posibilidad de cambio en los individuos que conforman la sociedad.

En el segundo capítulo, se comienza el estudio de la concepción de las masas y con ello de lo masivo en la sociedad. Rompiendo con el paradigma que afirma que el estudio de este concepto comienza a mediados del siglo XX, Martín Barbero, señala que es necesario retroceder al siglo XIX para encontrar la génesis de su teorización. Para él, es con la revolución de 1848 cuando se comienza a instaurar una percepción del peligro que pueden causar las masas al sistema establecido y se configura el término de multitud entrelazado por el poder que ésta posee.

Para Martín Barbero es necesario observar cómo se contextualiza esta idea por medio de abordajes sociológicos, psicológicos y metafísicos. En primer lugar, Tocqueville, desde la sociología, entiende a la multitud como la clave para construir la democracia moderna, aunque no se dejan de ver los problemas que conlleva una sacralización de las ideas por la cantidad de las personas que las siguen. En segundo lugar, desde la psicología, con base en las ideas de Gustave Le Bon y Sigmund Freud, concluyendo este apartado con los primeros estudios relacionados con la multitud y la comunicación que se dan en el entorno de la psicología social. En último lugar, la metafísica de la concepción de la masa, revisando los pensamientos de Ortega y Gasset y de Oswald Spengler, quienes perciben el cambio como proveniente de los factores culturales que envuelven a los individuos en la sociedad y se realiza una crítica al establecimiento hegemónico que produjo la occidentalización de las reflexiones.

Hasta ese momento en el relato que hemos venido siguiendo, como lo señala Martín Barbero, sólo se toman en cuenta las posturas de intelectuales del viejo continente, sin embargo, después de la Primera Guerra Mundial se da un desplazamiento de la hegemonía y la reflexión hacia América del Norte. Con esta relocalización de la ideas se comienza a entender la labor de los medios de comunicación en la configuración de la democracia y de las ideas de libertad, sustentadas en el dinero y pensamiento que se promueven en la cultura de masas. Lo anterior, gracias a las posturas teóricas de Daniel Bell, Edward Shills y David Riesman, dando como resultado “un culturalismo que recubre el idealismo de sus presupuestos con el materialismo tecnologista de los efectos y la inflación ahistórica de su mediación” (1987, p. 47).

Siguiendo con la misma línea cronológica, el autor, nos lleva a hacer algunas anotaciones a los trabajos de la Escuela de Frankfurt y su conceptualización de la industria cultural, en la que sus miembros configuraron la línea crítica de la investigación de la comunicación al incluir en sus estudios a la sociología, la economía y la filosofía. El primer acercamiento se hace por las ideas de Horkheimer y Adorno quienes ven en la mercantilización de la cultura sólo un aspecto negativo que se sustenta con una serie de argumentos bien definidos, pero que no pasan de ahí. En contraste, Benjamin, ve la experiencia en su conjunto y encuentra la dicotomía entre arte “culto” y la masificación de las obras que permite en última instancia hacer llegar la actividad artística a diferentes clases sociales gracias a la tecnología, y con ello manifestar en el arte la lucha de clases.

Más adelante, las crisis culturales que se generan en diferentes partes del mundo en los años sesentas llevan a un declive de la Escuela de Frankfurt y se comienza a redefinir una reconciliación entre el pesimismo de estos teóricos y el optimismo de los norteamericanos. En este sentido son importantes, para Martín Barbero, las ideas de Foucault, con respecto a la relación entre poder y cultura, y las de Habermas, quien señala que el capitalismo no asegura la integración social y el cambio de lo político por lo económico se genera gracias a la conformación de ideologías que legitimen el sistema.

En el último capítulo de esta primera parte, se renueva la idea de pueblo en el estudio de la comunicación. El autor hace una regresión histórica en la cual se toman las ideas de Le Goff, Bastin, Carlo Ginzburg, Muchembled, Bunke, Thompson y Zelpin; para rectificar la fuerza que tiene el pueblo en la configuración de la cultura y la correlación que existe entre los productos mediáticos y el contexto en el que estos se desenvuelven desde la Edad Media hasta principios del siglo XX.

De acuerdo con Martín Barbero, la línea que sigue en el libro aquí reseñado está encaminada en gran parte al aporte de Gramsci con su definición de hegemonía como un proceso que va cambiando con la sociedad y en el que se genera una relatividad de las posturas de dominación, en otras palabras, un método contextualizado y suavizado de hacer llegar la ideología a las masas. La refinación de esta idea, de acuerdo con el autor, se reflejó en los aportes de Hoggart, Raymond Williams, Bourdieu y Certeau.

Segunda parte: Matrices históricas de la massmediación.

En este segundo apartado de la obra se comienzan a fraguar los argumentos que llevan a las conclusiones del autor. Se piensan y desarrollan las ideas de dos líneas conductoras en el estudio de la cultura de masa, partiendo de la conceptualización de hegemonía en Gramsci como un problema de medios basado en un positivismo tecnologista y, la degradación de la cultura en medio etnocentrismo culturalista; ambos con influencia de tres grandes actores: el mercado, el Estado y la cultura nacional.

En la etapa histórica que se analiza en el primer capítulo de esta sección, tras la Revolución Francesa y gracias a la sustitución de la monarquía por el proletariado, se comienza a instaurar la idea de nación y de Estado moderno, en donde son tres las premisas indispensables de su configuración: el paso de la economía doméstica a la política, los intereses del Estado vistos como el “interés común” y la moneda como símbolo por excelencia de cada ente nacional. También se señalan las vías de centralización y unificación cultural en dos sentidos: el vertical y el horizontal, lo que lleva en última

instancia al desvanecimiento de la cultura popular. Las transformaciones son reflejadas en el sentido del tiempo y en el modo de transmisión del saber.

Sin embargo, para Martín Barbero, es importante ver cómo los dominados se resistieron a la sustitución de sus culturas. En primera instancia, en la dimensión económica de la lucha, la resistencia se da a través de motines en contra del estilo de vida que genera el capital en las clases obreras de Francia e Inglaterra de mediados del siglo XVIII a mediados del siglo XIX; y, por otra parte, en la dimensión simbólica, se observa la lógica de lucha de los pobres al “saber dar el golpe” y que se analiza desde la perspectiva de los movimientos encabezados por los anarquistas en España y los obreros ingleses, quienes utilizaron los mismos signos hegemónicos pero en contraposición al sistema dominante.

Posteriormente, en el segundo capítulo, se afirma que el arte no sólo significa transmisión de la ideología dominante, sino que también existen elementos que lo llevan a las clases populares debido a que la hegemonía se beneficia de la circulación cultural, aunque esto no significa una ruptura en la diferenciación de clases por medio de la cultura. La línea de argumentación del autor para ejemplificar esta idea se basa en tres líneas de producción artística: la literatura urbana de Cordel en España y la campesina de *Colportage* en Francia, las imágenes usadas por los plebeyos difundidas por medio de la técnica del grabado y la masificación de las historietas y el periódico ilustrado, y el melodrama de los teatros populares y la pantomima como expresión de los sentimientos emanados del pueblo.

En el siguiente capítulo se narra cómo se fue generando la transfiguración de las masas, en plural, a la masa, en singular. Martín Barbero sugiere que esta situación se dio en gran parte a la disolución de la idea de masa por la de clase con la que se configura el pensamiento de la cultura de la masa, ello producido por la acción revolucionaria que llevó a actores no burgueses a la esfera pública y en donde se tienen que encubrir las diferencias en pro de la hegemonía. La incorporación de las clases populares a la vida cultural se da gracias al relato, que con la innovación de la imprenta se termina produciendo masivamente el folletín, que si bien es diseñado y promovido por empresarios, su base popular se encuentra en las mismas historias que son capaces de remitir a lo cotidiano.

Por último, Martín Barbero, señala que no es posible sólo pensar como la cultura de masas aquello que pasa en los medios de comunicación, sino que hay que entender que la cultura ahí promovida también es un espacio estratégico de la lucha de clases, en otras palabras, ver a los medios no sólo por su lógica comercial sino como parte de la transformación social. La masificación mediática, como señala el autor, comienza en los años veinte con la promulgación de la idea de Estados Unidos por confirmarse como un imperio, lo que se ve apoyado por la vocación industrial de este país que ayuda a “educar” a las masas en el consumo por medio de la publicidad y persuasión. Esta situación se ve incrementada por la creación e inversión en medios como la prensa, el comic y el cine.

Tercera parte: Modernidad y massmediación en América Latina.

Después del recorrido que se hace en el texto por las argumentaciones del estudio de la comunicación en países del primer mundo, en el último apartado se hace un acercamiento al contexto en el que Martín Barbero centra su hipótesis, América Latina. La historia de esta región, tanto en los estudios de la comunicación como en cualquier estudio de las ciencias sociales, no puede ser vista sin observar la complejidad y estructuración que ocurre gracias al debate y el combate en cada uno de los países que la conforman, y así lo hace el autor.

En el primer acercamiento, resulta necesario, como lo hace Martín Barbero, desenmarañar el proceso socio-económico que ha llevado a Latinoamérica a configurarse con las características regionales como la conocemos hoy en día. El paso que se dio hacia la modernidad es un camino discontinuo y con un desarrollo marcado por la desigualdad. En las líneas del texto se logran dibujar tres planos para entender esta situación: el destiempo entre Estado y nación, la incorporación de las clases populares por medio de movimientos sociales y urbanización, y el papel que juegan los medios de comunicación como agentes políticos e ideológicos. Este último elemento es abordado por los tres ejemplos que el autor encuentra más significativos: el cine mexicano, el radioteatro argentino y la incorporación de la música negra en Brasil, completando su argumentación con la utilización de la prensa por movimientos de izquierda en la región.

Siguiendo este marco referencial, se habla del papel de la idea de desarrollo y transnacionalización en los países que conforman la región y, en la que se ensalza la percepción de la democracia como eje de la modernidad. En este contexto, se produce una homogeneización de los medios que permite desviar las relaciones de clase, el éxito de la comunicación es medido sólo cuantitativamente y los medios se utilizan para promover el desarrollo en el marco de la hegemonía de la televisión y la privatización de la radio. Más adelante, con el ingreso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación gracias a la revolución electrónica a lo largo del globo, se genera otro cambio sustancial en el que las clases populares comienzan a introducir las en su vida cotidiana, a pesar del miedo que ellas originan, pero que al final resultan armas útiles para los dos bandos de la contienda, por un lado son herramientas para la homogeneización y por el otro sirven para la emancipación bajo su utilización popular.

En el segundo capítulo de este apartado, se señala la importancia de ver a los medios de comunicación desde las culturas subalternas que configuran la estructura de América Latina, es decir, ver en la comunicación el espacio estratégico y las mediaciones que se producen en él. Esta estrategia se contempla desde dos factores principales que se desarrollan en el libro: lo mestizo como eje cultural latinoamericano y con ello el rescate de lo indígena como parte de la cultura popular en los países de la región, y los matices populares que se dan en lo urbano y en donde los barrios juegan un papel importante en la consolidación de las tradiciones y costumbres.

Otro aspecto que se señala en el texto y que no se puede pasar de largo es el hecho de que la comunicación dejó de entenderse como teoría para dar paso a entenderla como un proceso que se genera fuera de ella. Ello tomando en cuenta el análisis que se hace de las teorías ideologistas de los sesentas y las científicistas de los setentas, que al final de cuentas no logran explicar cómo es que funciona el mecanismo social en el que se desenvuelve la comunicación. El nuevo entendimiento de la investigación sugiere que se debe observar la problemática de los procesos sociales² que van cambiando el objeto de estudio, en donde se problematiza la identidad y se redescubre lo popular, lo que, en última instancia, se debe

configurar en la formulación de políticas culturales que sean iguales para la cultura y los aspectos de las masas.

El camino que se propone hasta aquí puede resultar confuso e inclusive sin un lineamiento claro en su aplicación, es por ello que Martín Barbero nos confiere, en el tercer capítulo de esta parte del libro, un “mapa nocturno” para la investigación de la comunicación desde una nueva óptica, desde el sujeto. Dos son los campos en los que se explora que la recepción puede ser el eje de posiciones contra-hegemónicas hacia los medios de comunicación. En primer sitio, la televisión en la que, si bien no se encuentra un cambio real en la producción y lo que él denomina el “mediacentrismo”, sí se pueden observar los rasgos de emancipación sobre todo en el núcleo de la cotidianidad familiar, el tiempo de repetición y la competencia cultural, elementos que son analizados para entender posteriormente la lógica de producción y de usos de este medio.

Por otro lado, el melodrama, ya analizado anteriormente, se consolida como el género popular por excelencia en América Latina. En él se da un drama de reconocimiento de clase y se reflejan las socialidades primordiales de la vida de los ciudadanos, es al mismo tiempo ideología y venganza a su manera de la realidad en la que viven. Así, las telenovelas como el producto televisivo más exportado de la región son melodramas en donde se perciben ciertos rasgos de la sociedad. La pregunta que deja al aire el autor es saber por qué la ideología aquí presentada es al mismo tiempo gusto y disgusto, cómo se configura para que la gente desee verla, a pesar de todos los paradigmas hegemónicos que residen en ella.

La última parte del libro, si bien no es una conclusión como tal, es la que reúne el señalamiento teórico que se sigue a lo largo del texto con la ejemplificación de investigaciones que se acercan a la idea de las mediaciones en América Latina. Se pretende aquí romper con los paradigmas teóricos que sólo entienden a lo masivo como elemento exterior a lo popular, como los folkloristas y los que sustentan sus argumentos en la dominación social, para dar paso a los que encuentran un eje diferente que se plasma en la redención de la recepción de las audiencias como una lucha contra-hegemónica. Se presentan así las líneas de investigación sobre las audiencias y su papel activo en la

configuración de lo popular, pasando por elementos de la vida cotidiana en las calles tomando en cuenta los estudios sobre el circo en Brasil de Cantor Magnani, de las ferias urbanas en México de Jorge González.

En el mismo sentido, se hacen señalamientos de las brechas encontradas en los medios masivos, y que resulta el espacio de acción de contra-hegemonía. En primer lugar, con la radio como eje de recreación de la vida diaria de los obreros y emigrantes en Chile por Munizaga y Gutiérrez, la transformación en los géneros y productos de las radiodifusoras locales, las populares urbanas y las andinas-provincianas en Perú por Rosa Alfaro y el relato criminalista de Gil Gómez en Brasil. Por otro lado, en la televisión, en la que se ve reflejado el mosaico racial, el criollismo, el barrio y el palabrerío con el que se puede identificar la audiencia en los programas cómicos analizados por Peirano y Sánchez en Perú, y la movilización generada por la transmisión en este medio de los funerales del político brasileño Tancredo Neves, en la que este medio fungió como promotor de las movilizaciones populares que fueron transmitidas, a su vez, por la televisión y la radio como un melodrama pero en la vida real.

La pertinencia de la obra de Martín Barbero en el estudio de la comunicación en América Latina. Situación histórica y contextual que envuelve al texto y al autor.

Si bien resulta importante señalar las ideas que se reflejan en el libro *De los medios a las mediaciones* (1987) de Jesús Martín Barbero, no podemos entender, por un lado el contexto en el que se desenvuelve la obra, en conjunto con el camino que ha recorrido el autor. Comenzaremos por hacer una breve reseña de su vida profesional.

Jesús Martín Barbero nace en Ávila, España en 1937. En 1963 se traslada a Colombia en donde llevó a cabo la mayor parte de su investigación y se consolida como uno de los principales teóricos latinoamericanos de la comunicación. Realizó sus estudios de filosofía para obtener el título de doctorado en el Instituto de Filosofía de Loviana, Bélgica en 1971, y posteriormente realiza un posdoctorado en Antropología y Semiótica en la Escuela de Altos Estudios de París.

En su labor académica fungió entre 1974 y 1995 como Director del Departamento de Comunicación en la Universidad de Cali, periodo en el que escribe las obras: *Comunicación masiva: discurso y poder* (1978), *Comunicación educativa y didáctica audiovisual* (1979), *Introducción al análisis de contenido* (1981), *De los medios a las mediaciones* (1987), *Comunicación y culturas populares en Latinoamérica* (1987), *Procesos de comunicación y matrices de cultura* (1989), *Televisión y melodrama* (1992), *Communication, Culture and Hegemony* (1993), *Dinámicas urbanas de la cultura*, en: *Comunicación y espacios culturales en América Latina* (1994) y, *Pre-textos: conversaciones sobre la comunicación y sus contextos* (1995).

Más adelante, de 1995 a 2002 continuó su labor docente en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores en Guadalajara, México. Desde ese periodo hasta la fecha ha sido profesor visitante en la Universidad Complutense de Madrid, la Universidad Autónoma de Barcelona, la Universidad de Stanford, la Universidad Libre de Berlín, el *Kings College* de Londres, entre otras instituciones de educación superior en Argentina, Brasil, Puerto Rico y Perú. Entre las obras que realiza en este periodo se encuentran *Proyectar la comunicación* (con A. Silva, 1997), *Mapas nocturnos* (1998), *Medios, Cultura y Sociedad* (con F. López, 1998), *Los ejercicios del ver. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva* (con G. Rey, 2000) y *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura* (2002).

Además de la realización de investigaciones en el campo de la comunicación, también ha sido presidente de la ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación) y miembro del Comité consultivo de la FELAFACS (Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social), fundó el Departamento de Comunicación en la Universidad del Valle, y las ideas que presenta en sus obras han sido motivo para el otorgamiento del Doctorado *Honoris Causa* en las universidades de Rosario en Argentina, la Pontificia Universidad Javeriana de Colombia y la Pontificia Universidad Católica de Lima (Infoamérica, 2010; Mársico, 2007).

Dando paso a la contextualización de la obra, en los ochentas, cuando se produce la obra *De los medios a las mediaciones* (1987), la literatura y estudios de la comunicación configuran una serie de percepciones de lo que es y cómo funciona este proceso social. En ese momento, se ha llevado a cabo ya la ruptura entre los estudios funcionalistas en Estados Unidos y los estudios críticos en Europa. Después de la configuración de estas escuelas, los académicos han comenzado a ver que no pueden explicar de manera certera la forma en la que las audiencias interpretan y significan los mensajes emitidos en los medios, por lo que es necesario dar un giro que permita una nueva línea de pensamiento más cercana al entendimiento que tiene la sociedad.

Esta obra la podemos situar en medio de este gran debate entre las dos escuelas más promovidas, pero al ver cómo se fue manejando la argumentación en el texto nos damos cuenta que existe mayor tendencia a la teoría crítica, pues es gracias a ella que podemos comprender la acción de la hegemonía gramsciana, de la que parten los argumentos del autor. Sin embargo, el texto parece separarse de la idea de industria cultural y de dominación como tal para entregarse a la vuelta hacia la recepción de la audiencia, al ver no el todo como un eje en el que la participación y fuerza del pueblo es la que define el rumbo de los medios, no los medios al pueblo, como parece entenderse en la lógica comercial que reina en nuestros días.

La influencia de la teoría crítica en la obra del autor no es desconocida y él mismo la señala esta tendencia epistemológica en la introducción de la edición de 1991, al decir que después de estudiar la dominación producida en los medios de comunicación y llevar a cabo el trabajo *Comunicación masiva: Discurso y poder* en 1978, había algo que no cabía en esa conceptualización y que debía hacerse un viraje en la visión para encontrarse con la audiencia y su resistencia. En sus propias palabras, define así la transformación epistemológica y metodológica con la que se enfrentó, “la comunicación se nos tornó cuestión de *mediaciones* más que de medios, cuestión de *cultura* y, por tanto, no sólo de conocimientos sino de re-conocimiento” (1987, p. 10)

El texto se desarrolla en una época importante para la ruptura en las ciencias de la comunicación en América Latina, puesto que se rompen paradigmas y se comienza a diseñar un marco teórico desde la región, entendiéndola desde sus diferencias con el resto del mundo y como parte del tercer mundo. A este respecto, Clemencia Rodríguez (2009), enmarca este texto junto con el trabajo de otros autores como Pasquali en Venezuela, Ferie en Brasil, Alfaro en Perú, Mattelart en Chile, Beltrán en Bolivia, García Canclini en México, entre otros académicos que desde América Latina:

Propusieron marcos teóricos alternativos justamente para entender mejor los procesos culturales, comunicacionales y mediáticos... propusieron una serie de marcos de referencia conceptuales que le permitieron a Latinoamérica pensar el asunto de las comunicaciones y la cultura en sus propios términos y cuestionar algunas teorías importadas del norte (p. 14).

Por su parte, Guillermo Sunkel (2002) en su artículo, “Una mirada otra. La cultura desde el consumo”, hace una reflexión de las ideas del consumo cultural de los medios de comunicación y hace una comparación entre las ideas de Martín Barbero y García Canclini, para concluir que estos dos estudios representan uno de los primeros acercamientos a la idea del término de consumo, que son fundamentos para la estructuración de la investigación en la comunicación de hoy en día. Por lo que también deja entrever que el estudio del que se hace aquí una breve reseña marca una diferencia en la epistemología de la comunicación como eje en la sociedad posmoderna latinoamericana.

La contribución de Martín Barbero y García Canclini ha sido fundamental porque detectaron la importancia de la temática del consumo en un momento en que la preocupación dominante en los estudios sobre cultura y comunicación en América Latina todavía era el análisis de los mensajes en los medios masivos en tanto soportes de la “ideología de la dominación”. En ese contexto, ellos contribuyeron a generar la inflexión teórico-metodológica desde el énfasis en el mensaje como estructura ideológica a los procesos de consumo (p. 2).

Por otro lado, es el mismo García Canclini, redactor del prólogo revisado para esta reseña de la edición de 1991, quien en su libro *Consumidores y ciudadanos. Conflictos*

multiculturales de la globalización, toma las ideas de Martín Barbero (1987) para reflejar la historia de la identidad a través de los mensajes presentados en los medios de comunicación, tomando en cuenta la relación histórica que encuentra este último autor con la forma en que la radio y el cine articularon la identidad y el sentimiento nacional en América Latina.

La influencia de este texto y de la obra de Jesús Marín Barbero se puede observar no sólo en la citación de su libro en diferentes artículos, libros y publicaciones, sino también en un compendio de la Universidad Central de Bogotá, titulado *Mapas nocturnos. Diálogos con la Obra de Jesús Martín Barbero* (1998). En este texto, con motivo de los diez años de la publicación de *Los medios a las mediaciones* (1987), se realiza una compilación de revisiones académicas y críticas a la obra del autor, pero siempre tomando en cuenta el aporte que dejó la obra como parte de una nueva visión en los estudios de la comunicación en América Latina. La importancia de la obra de Martín Barbero se define en este texto más allá de las fronteras de la región al decir que:

Más allá de las polarizaciones implícitas en los discursos políticos y académicos de las décadas de los setenta y ochenta que, o bien asumían los paradigmas del desarrollismo o bien buscaban enfrentarse a la modernidad bajo la perspectiva exclusiva de la dominación. *De los medios a las mediaciones* privilegia el espacio que en ella ocupa la cultura popular, como manifestación de la otra forma de pensar lo existente: no simplemente rescatada desde América Latina sino reformulada en aquella zona que la ubica “entre los medios, la comunicación masiva y las prácticas cotidianas”. Una categoría capaz de cuestionar y cambiar la unidireccionalidad con la cual la modernidad europea concibe al tercer mundo y de producir resonancias suficientemente impactantes como para que Europa se piense así misma desde afuera (Laverde y Reguillo, 1998, pp. xi-xii)

Aquí hemos mostrado algunas de las publicaciones en las que se menciona la pertinencia del texto aquí reseñado, pero el trabajo de Jesús Martín Barbero no ha quedado solucionado con la presentación de esta obra. Él sigue el camino de las mediaciones y el entendimiento de la audiencia como agente receptor de los mensajes, así como la semiótica de la globalización y la función de la telenovela en el imaginario colectivo de la sociedad

latinoamericana. Las ideas que sostiene en cada uno de sus escritos siguen la línea de la creación de un mapa que permita dirigir nuestro pensamiento de la comunicación hacia un camino que resulta desconocido y difícil de transitar, pero en el que lo más importante será siempre el poder de la recepción en la definición de su propia lógica, por lo que se sigue considerando como uno de los intelectuales cuyas ideas son la base de la educación de los nuevos comunicólogos.

Conclusiones

El presente ensayo/artículo/reseña/análisis pretende ser un primer acercamiento a las ideas de Jesús Martín Barbero plasmadas en su libro *De los medios a las mediaciones* (1987). En primer lugar, se llevó a cabo un resumen de las concepciones más generales que se presentan en él, llevando el mismo camino que sigue el texto, iniciando con la teorización de los términos de pueblo y de masa, viendo los aportes de los académicos en torno a la masificación de los medios en relación a lo popular y, finalmente, la idea de la mediación vista desde la audiencia en América Latina, como tesis central del trabajo del autor.

En un segundo aspecto, se contextualizó la trayectoria del autor y del texto en sí, para llegar a la formulación de los aportes que podemos encontrar en la bibliografía y que han marcado a este trabajo como uno de los pioneros en la nueva concepción de lo que significa el estudio de la comunicación en América Latina. No hemos tenido lugar para expresar todas las citas y reflexiones que se hacen en torno a este texto, pero se han esbozado algunas de las que se consideran las más importantes.

Después de hacer este viaje, al interior y exterior de *De los medios a las mediaciones*, es momento de presentar un punto de vista propio hacia la obra y su aporte a las ciencias de la comunicación hoy en día.

En primer lugar, como se señaló al comienzo de este texto, considero que no podemos enclavarlo sólo en el ámbito de la comunicación, puesto que es una investigación que refleja la estructura de las sociedades desde sus inicios hasta la manera en que las concebimos actualmente; es una obra a la vez para sociólogos, antropólogos, historiadores

del arte, humanistas y para cualquier interesado en conocer la estructura del pensamiento a nivel social. Lo anterior porque encarna bien el hecho de que la comunicación no puede sino configurarse en el marco de la sociedad en que se desenvuelve, pero también pone a la comunicación en medio de los procesos sociales, en otras palabras, nos muestra cómo se da la relación intrínseca entre estos dos grandes aspectos.

Por otro lado, habla de socialidades y hablar de ellas es tratar de dar un enfoque global de lo que pasa en cada uno de los fenómenos sociales. Toca este tema desde la configuración y dando el lugar que merecen las audiencias, al entender que ellas no toman todo lo que se dice en los medios al pie de la letra, sino que lo interpreta de acuerdo a sus propios contextos y puntos de vista, lo que al final de cuentas le da una fuerza de transformación y cambio en su entorno. También lo hace latente al definir cómo se va estructurando la ideología, utilizando los medios de comunicación como herramientas y promocionando mensajes que le ayuden en la manutención del sistema, pero no se queda en lo fatalista de las teorías de dominación o en lo folklorista que descarta a todos los medios por igual, ve las fisuras que podemos encontrar en ellos y la forma en la que algunos de los mensajes son entendidos por la audiencia de manera distinta a como se codificaron en los medios.

Por otro lado, desde mi punto de vista, el texto va analizando de forma correcta todos los aspectos que se han originado a lo largo de la historia de la humanidad desde la configuración de las primeras sociedades modernas. Sin embargo, la densidad de la información del trabajo de Martín Barbero, deja varios aspectos sin explicar profundamente sino que hace un recorrido rápido a las principales ideas de cada situación, por ejemplo, al hablar de la Escuela de Frankfurt o las teorías norteamericanas no se profundiza en el trabajo de estos estudiosos. Aunque esto no le resta pertinencia al libro, pues lo que se trata de hacer es una invitación a un estudio más a fondo, por lo que para entender en primera instancia lo que es la comunicación en nuestros días resulta un texto que no sólo encuentra su lugar en los libreros de las bibliotecas, sino en la consulta cotidiana del investigador social.

Si alguna crítica puedo hacer al texto es la rápida revisión que hace de la integración de las nuevas tecnologías de la comunicación en América Latina. Si bien es cierto que no se trata de un libro que aborde la teoría de los medios de comunicación no convencionales, se trata de forma poco profunda la inclusión de la tecnología y el empoderamiento del que han podido ser partícipes las clases más oprimidas gracias a ella y no se alcanza a ver cuáles son realmente los aportes en la emancipación que se producen ante ellas y como se resignifican los mensajes con su utilización. De cualquier forma, para la época en que fue escrito este libro no se tenía aún un panorama claro de cómo las nuevas tecnologías se iban a insertar en el contexto actual, aunque ya se venía trabajando sobre ellas con algunos documentales y con el uso de las radios comunitarias.

Por último, considero que el aporte y la ruptura que nos deja este texto es crucial para la investigación actual, cambia las preguntas y no pretende dar más que algunos ejemplos de las respuestas, abre el camino para la primacía de la audiencia como eje de estudio y nos permite ver en dónde debemos de poner la vista. En general, considero que el aporte principal del texto es poner en el centro de la visión una actitud que no es de fatalismo sino de esclarecimiento de algunas dudas y reactiva el papel del pueblo y la sociedad en la configuración de su propio camino de entendimiento. Aunque han transcurrido más de 20 años desde su publicación y las circunstancias de Latinoamérica han cambiado, De medios a mediaciones sigue vigente en el estudio de la comunicación pues las ideas centrales que expone pueden ser rescatadas con un simple vistazo a la cotidianeidad de la primera década del siglo XXI.

Bibliografía

García Canclini, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo

Laverde M. y Reguillo R. (eds) (1998). *Mapas nocturnos. Diálogos con la obra de Jesús Martín Barbero*. Bogotá: Siglos del Hombre Editores, Universidad Central de Bogotá.

Martín Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Editorial Gustavo Gili S.A. Versión revisada 1991.

Martín Barbero, J. (2002). Pistas para entre-ver medios y mediaciones. *Signo y pensamiento*, XXI (41), 13-20. Recuperado el 12 de diciembre de 2010, de <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/860/86011596003.pdf>

Orozco, G. (1997). Medios, audiencia y mediaciones. *Revista Comunicar*, 8, 25-30. Recuperado el 12 de diciembre de 2010, de <http://www.uned.es/ntedu/espanol/master/primero/modulos/teoria-de-la-informacion-y-comunicacion-audiovisual/orozco.pdf>

Sunkel, G. (2002). Una mirada otra. La cultura desde el consumo. En Mato, D. (ed), *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*. Venezuela: CLACSO. Recuperado el 14 de diciembre de 2010, de <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cultura/sunkel.doc>

Rodríguez, C. (2009). De medios alternativos a medios ciudadanos: Trayectoria teórica de un término. *Folios*, 21 y 22, 13-25. Recuperado el 14 de diciembre de 2010, de <http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/folios/article/viewFile/6416/5898>

¹ Universidad: Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades BUAP. País: México. Correo electrónico: bacalactica@gmail.com. Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de las Américas Puebla, estudiante de la Maestría en Sociología del Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, catedrático en la Universidad Anáhuac Puebla y el Centro Universitario de Dirección Empresarial.

² Transnacionalización, democracia, cultura y movimientos populares