

JESÚS MARTÍN-BARBERO, el *pop star* de la comunicación

Se trata de rendirle un bien merecido homenaje a Jesús Martín-Barbero porque su libro De los medios a las mediaciones... cumplió, en el 2017, treinta años de la primera edición, publicado por la editorial española Gustavo Gili. Fue un texto, sigue siéndolo, paradigmático para comprender y leer la cultura de estos tiempos. Leerla en su interrelación con la comunicación, la vida cotidiana... quitándole protagonismo a los medios. Como dijo en una oportunidad Barbero: "Lo importante era el juego entre la gente y los medios".

OMAR RINCÓN

Jesús Martín-Barbero es el maestro de la comunicación en América latina, el autor más citado y la figura más prominente del campo de la comunicación. Sus obras más conocidas son *Comunicación masiva: discurso y poder* (1978), *De los medios a las mediaciones* (1987), *Televisión y melodrama* (1992), *La educación desde la comunicación* (2002), *Oficio de un cartógrafo* (2002).

De él recordamos pensamientos como que en los estudios de la comunicación “hay que perder el objeto para ganar el proceso” y que “hay que pasar de los medios a las mediaciones”; así mismo que “yo no he venido a buscar los efectos ni las audiencias sino los re-conocimientos” porque en la comunicación no podemos ahorrarnos la cuestión de lo popular, ni de la diferencia, ni de la diversidad cultural, ni del poder.

En el 2017, Martín-Barbero cumple 80 años y su obra máxima *De los medios a las mediaciones* tiene treinta años de publicada, por esta razón es bueno reflexionar sobre los sentidos y placeres de esta obra. La más citada en los estu-

dios de la comunicación y la cultura en América Latina y, tal vez, la menos comprendida; tanto, que no sabemos bien qué significa la categoría “mediaciones”. Y es que ni el mismo autor, Martín-Barbero, la definió en las más de trescientas páginas que constituyen el libro.

El libro, *De los medios a las mediaciones* fue publicado en 1987 por la editorial Gustavo Gili como parte de la colección *Mass Media*, dirigida por el profesor catalán Miquel de Moragas y dedicada al abordaje de las temáticas de la comunicación.

La recepción del libro superó cualquier expectativa. El texto, dijo la estudiosa mexicana Rossana Reguillo, mostró una “capacidad de traducción y adecuación de sistemas teóricos a la realidad sociocultural y política de América Latina”, y permitió devenir en “práctica significativa para una comunidad intelectual”.

Se convirtió muy rápido en uno de los más citados por la gran mayoría de las academias de comunicación en América Latina. El investigador colombiano, William Fernando Torres,

recuerda este trabajo como “una bomba de tiempo” que “circuló entre los lectores más avisados y desprevenidos, también entre los colegas más competitivos. Pocos días más tarde y con las eficacias de la clandestinidad, apareció una edición pirata en manos de los libreros ambulantes de las universidades”.

¿QUÉ SON LAS MEDIACIONES?

Martín-Barbero con la publicación de *De los medios a las mediaciones* en 1987 se convirtió en padre fundador del pensar latinoamericano de la comunicación. Y su legado nos dice que en América Latina la comunicación, siempre, es *otra cosa*. La comunicación y la cultura nos hablan de navegar “mapas nocturnos” que no deambulan por los caminos oficiales del saber, las ciencias humanas y sociales y los poderes. Por eso, con este libro propuso abandonar “el mediacentrismo”, el norteamericanismo y los dualismos morales de derecha e izquierda.

Esto significó que la comunicación no es solo un asunto de medios, sino de procesos, prácticas y experiencias de compartir y producir sentido; nos hizo atravesar el espejo mediático para descubrirnos en las formas en que nos constituimos como latinoamericanos. Así mismo, nos llevó a mirar al sur, a comprender desde abajo, a pensar desde nuestras identidades, a rebuscarnos en el popular que nos habita.

Esto de ser y sentir como latinoamericanos sigue pareciendo una herejía para un continente, una academia y unos políticos que sueñan y desean con pensar y sentir como el norte, que creen que todo lo bueno se produce en Estados Unidos y Europa.

Este libro, también, constituyó una pelea con los dualismos maniqueos de izquierda que en nombre del proletariado y Marx ponían todo de un lado u el otro y los moralismos de derecha que en nombre de Dios, tradición y propiedad privada atribuían enemigos y pecadores por doquier. Las mediaciones es una categoría sin moral, sin polarizaciones maniqueas, ya que es un modo de pensar en “*in-between*”, en lo gris, en la ambigüedad, en “el entre”; una comprensión de lo que resiste pero es cómplice, lo que interpela y obedece, lo ancestral y lo moderno.



El gran logro epistemológico de *De los medios a las mediaciones* fue la obligación de cambiar el lugar de las preguntas y las miradas para pasar a “mirar desde el otro lado”, con y desde la gente. Y este mirar “con y desde los otros” hace que todo sea distinto; ya que nos lleva a jugar en la cancha de los *re-conocimientos*, que es un asunto cultural y no de “conocimientos”, donde lo que importa no es el qué sino el cómo, el narrar, el tono, el estilo, la política... eso que nos marca como de un territorio, una lengua, una historia, unos rituales, una identidad. De aquí, que el éxito en la comunicación esté es en los reconocimientos culturales que provee más que en los conocimientos aprendidos.

Y en ese jugar en la cancha de los reconocimientos surgen con potencia los procesos, prácticas y experiencias de *lo popular* como ese *otro modo* de ver, *ese otro* de narrar y significar, ese otro modo de vivir y desear; esos *otros* usos de lo masivo; esos *otros* placeres que se obtienen en los medios, en lo masivo, en los rituales y costumbres de ser pueblo y pertenecer a una identidad.

Bueno, y ¿qué son las mediaciones? No son eso que el maestro español Manuel Martín Serrano llamó “La mediación social” (Akal, Madrid, 1977) ya que este autor se interesó fue

Esto de ser y sentir como latinoamericanos sigue pareciendo una herejía para un continente, una academia y unos políticos que sueñan y desean con pensar y sentir como el norte, que creen que todo lo bueno se produce en Estados Unidos y Europa.

en comprender y analizar cuáles son y cómo funcionan los mecanismos de control de las visiones del mundo que hacen los medios e impactan en la sociedad; una teoría crítica sobre el poder mediático en la constitución de los sentidos públicos. Tampoco es lo que el maestro mejicano Guillermo Orozco llama mediaciones

(*Recepción y mediaciones*, Buenos Aires, Norma, 2002), ya que para él estas corresponden es a los procesos estructurantes y operadores de apropiación, lectura y sentidos que se dan en las audiencias. Y estas mediaciones pueden ser subjetivas, situacionales, de vínculo, contexto, cognición o de saber mediático. Orozco ya no se interesa como Martín Serrano en el poder de los medios sino en lo que sucede en los procesos y prácticas de construir sentido y placeres por las audiencias.

Martín-Barbero define *las mediaciones* como algo que está hecho de flujos de lo cultural (popular), lo industrial moderno (mercado) y lo político (luchas por el poder y los movimientos sociales). Y la clave está en el concepto de “articulación” ya que no es un asunto de impactos o efectos (Martín Serrano) ni de intermediaciones para la interpretación (Orozco) sino “articulaciones” entre los modos de lo popular, la industria cultural de los medios y los movimientos y procesos de lo político.

Esto significa que si se va a usar la categoría “mediaciones” en la referencia *martin-barberiana* se debe dar cuenta descriptiva y analíticamente de esta articulación; no es un programa metodológico o una fórmula mágica, es una acción crítica de intervención de las prácticas, procesos y experiencias comunicativas; por eso la frase mantra es que hay que “pasar de los medios a las mediaciones”.

Y las consecuencias para el campo de la comunicación están en que se hacen “investigables los procesos de constitución de lo masivo más allá de la degradación cultural que indi-

caban los ilustrados y la izquierda”, en “cambiar el lugar de las preguntas”, en “mirar los medios con la gente”, en “comprender los placeres y prácticas” de quienes consumen los medios.

Esto no significa que se haga una idealización de lo popular o de la gente, sino más bien una acción táctica crítica para develar las ambigüedades y contradicciones que nos habitan como sujetos sociales. Por eso ni se idealizan las culturas populares, afros, indígenas y campesinas; ni se enaltecen las resistencias y creatividad del débil; ni se maximizan las aberraciones y manipulaciones de los empresarios y lo industrial.

Las mediaciones lo que hace como categoría es dar cuenta de la trama espesa de los mestizajes, resistencias, sumisiones y deformaciones de lo urbano, de lo masivo, de lo popular, de lo político y de lo cultural. De alguna manera, Martín-Barbero se inventó la palabrota de *las mediaciones* para articular lo popular con lo industrial y con lo político.

EL MAPA NOCTURNO DE LAS MEDIACIONES

En *De los medios a las mediaciones* (1987) Martín-Barbero imaginó un mapa nocturno como clave de lectura crítica de las prácticas y procesos de la comunicación; en el prólogo a la segunda edición (Convenio Andrés Bello, 1998) este mapa se hizo explícito.

Un mapa hecho de *tensiones y opacidades*. Por un lado, la tensión mutante entre los *formatos industriales* con las *matrices culturales*. Los formatos que dan cuenta de los modos de hacer y producir la comunicación, y están llenos de fórmulas, tecnicidades e invenciones; formatos que se pueden aprender porque responden a los modos seriales de funcionar de la máquina de la comunicación. Pero estos formatos son significantes vacíos ya que para producir sentidos, placeres y reconocimientos requieren y exigen entrar en tensión con las *matrices culturales* hechas de territorio, identidad, historia y memorias. Por eso no basta con saber de lo industrial y lo técnico hay que convertirse en *bastardos culturales*, en conocedores de *rituales y socialidades* de las comunidades, en saboreadores de los gustos populares para poder lograr ese

Y las consecuencias para el campo de la comunicación están en que se hacen “investigables los procesos de constitución de lo masivo más allá de la degradación cultural que indicaban los ilustrados y la izquierda”, en “cambiar el lugar de las preguntas”, en “mirar los medios con la gente”, en “comprender los placeres y prácticas” de quienes consumen los medios.

milagro de la conexión, el hacer sentido y proveer placeres a los ciudadanos.

La segunda tensión se da entre las *lógicas de producción* y las *lógicas de disfrute*. Las lógicas de producción están determinadas por la industria, los grados de especialización de los procesos técnicos, las políticas públicas y los saberes de los productores. Aquí, lo problemático no es el saber hacer sino el asunto de las políticas públicas que pueden buscar más ciudadanía o más capital, más concentración o más diversidad, más libertad y pluralidad o más control y vigilancia.

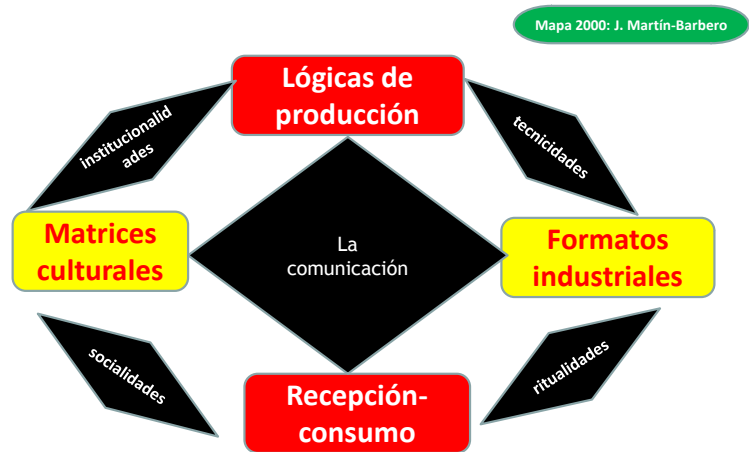
Pero no basta con tener políticas públicas o saberes industriales que determinen la producción, se requiere conocer y saber de los modos de recepción, consumo, disfrute, usos e interpe-lación que hace la gente con lo que ve, lee, escucha y se conecta. Y este es un ámbito ambiguo, poroso y mutante; tanto que en esta actualidad nuestra pasamos de ser audiencias a ser programadores de nuestros placeres.

Este mapa nocturno nos permite navegar las mediaciones diurnas de la comunicación más allá de medios, tecnologías y efectos y más cercanas a la política, a los sentires, a las culturas de la gente; navegar críticamente sobre la industria y el poder pero también sobre las sumisiones de lo popular y los dualismos de las derechas e izquierdas.

LO QUE TODO COMUNICADOR DEBE HACER

Termino este texto sobre los treinta años de *De los medios a las mediaciones* diciendo que este sigue siendo un texto imprescindible para los que nos interesamos en la comunicación, la cultura y la política porque sigue diciéndonos muchas cosas y cada vez que lo leemos “pensamos distinto”.

Así mismo, que este libro puso a Martín-Barbero como la estrella más *pop & cool* del pensamiento latinoamericano ya que sigue siendo el autor que seduce con mayor emoción a los jóvenes de la comunicación y las culturas.



Omar Rincón



Para concluir recuerdo esa fórmula que un día nos contó Martín-Barbero cuando dijo que todo comunicador debe hacer tres cosas: pensar con SU propia cabeza, tener algo QUÉ decir y ganarse la ESCUCHA.

Y a mí me quedan dos hallazgos de haber leído *De los medios a las medicaciones*: uno, que en lo popular lo que importa es lo narrativo porque “quien no cuenta está muerto”; y dos, que en lo popular lo imprescindible es *el poner el cuerpo* porque “pobre es quien no sabe bailar”. Aparece vital, ahí, esa otra epistemología del sur, esa hecha de cuerpo y relato.

OMAR RINCÓN

Periodista, académico y ensayista colombiano en temas de periodismo, medios, cultura, entretenimiento y comunicación política.

Profesor asociado de la Universidad de los Andes (Colombia), director de la maestría en periodismo y de la maestría en humanidades digitales de la misma universidad. Analista de medios de El Tiempo. Consultor en comunicación para la Fundación Friedrich Ebert.