

MARTÍN-BARBERO, Jesús

(MRG)

PRIMERA PARTE: DESCRIPCIÓN

1. Información bibliográfica

a. Del libro reseñado

Martín-Barbero, Jesús. De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía, 5ª Edición, 1ª Reimpresión, Unidad Editorial del Convenio Andrés Bello, Bogotá, 2003, 351 páginas.

b. De la primera edición

Martín-Barbero, Jesús. De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía, Gustavo Gili, Barcelona, 1987.

2. Descriptores conceptuales de contenido.

a. Epistemología: Hermenéutica

b. Fuentes históricas: Sociología crítica-cultural

c. Comunicología: Difusión

d. Macro-objeto: Cultura

e. Objeto específico: Medios de difusión

SEGUNDA PARTE: CONTENIDO

3. Ubicación campal de la obra

a. Clasificación campal: Dentro / Dentro.

b. Época: Los ochenta. Fundación del espacio conceptual.

c. Región: América Latina.

4. Contenido de la obra

a. Género: Ensayo

b. Índice de la obra

Prefacio a la quinta edición, xi

Prólogo, xxiii

Introducción, xxvii

Primera parte.

Pueblo y masa en la cultura: los hitos del debate

Afirmación y negación del pueblo como sujeto

1. El pueblo-mito: románticos *versus* ilustrados, 3

2. Pueblo y clase: del anarquismo al marxismo, 12

Asunción de lo popular en los movimientos anarquistas, 14

Disolución de lo popular en el marxismo, 19

Ni pueblo ni clases: la sociedad de masas

1. El descubrimiento político de la multitud, 28
2. La psicología de las muchedumbres, 32
3. Metafísica del hombre-masa, 37
4. Antiteoría: la mediación-masa como cultura, 43

Industria cultural: capitalismo y legitimación

1. Benjamín *versus* Adorno o el debate de fondo, 52

Del logos mercantil al arte como extrañamiento, 53

La experiencia y la técnica como mediaciones de las masas con la cultura, 61

2. De la crítica a la crisis, 71

Redescubriendo al pueblo: la cultura como espacio de hegemonía

1. El pueblo en la otra historia, 84
2. Cultura, hegemonía y cotidianidad, 99

Segunda parte.

Matrices históricas de la massmediación

I. El largo proceso de enculturación

1. Estado-Nación y los dispositivos de hegemonía, 115

Centralización política y unificación cultural, 116

Rupturas en el sentido del tiempo, 119

Transformaciones en los modos del saber, 121

2. Cultura política de la resistencia popular, 124

La dimensión política de la economía, 125

La dimensión simbólica de las luchas, 128

II. Del folklore a lo popular

1. Una literatura entre lo oral y lo escrito, 133

Lo que pone el mercado, 134

Lo que pone el pueblo, 140

2. Una iconografía para usos plebeyos, 144
3. Melodrama: el gran espectáculo popular, 151

Entre el circo y la escena, 153

Estructura dramática y operación simbólica, 157

- III. De las masas a la masa
 - 1. Inversión de sentido y sentidos de la inversión, 163
 - 2. Memoria narrativa e industria cultural, 166

La aparición del medio, 167

Dispositivos de enunciación, 169

Dimensiones del enunciado, 184

Formato y símbolo, 188

- 3. Continuidad y rupturas en la era de los medios, 190

Tercera parte.

Modernidad y massmediación en América Latina

- I. Los procesos: de los nacionalismos a las transnacionales
 - 1. Una diferencia que no se agota en el atraso, 205
 - 2. El destiempo entre Estado y Nación, 207
 - 3. Masificación, movimiento sociales y populismo, 214
 - 4. Los medios masivos en la formación de las culturas nacionales, 223

Un cine a la imagen de un pueblo, 226

Del circo criollo al radioteatro, 230

La legitimación urbana de la música negra, 234

El nacimiento de una prensa popular de masas, 239

- 5. Desarrollismo y transnacionalización, 244

El nuevo sentido de la masificación, 246

La no-contemporaneidad entre tecnologías y usos, 251

- II. Los métodos: de los medios a las mediaciones
 - 1. Crítica de la razón dualista o los mestizajes de que estamos hechos, 257

La imposible pureza de lo indígena, 259

La revoltura de pueblo y masa en lo urbano, 265

- 2. La comunicación desde la cultura, 280

Lo que ni el ideologismo ni el informacionalismo permiten pensar, 280

Cultura y política: las mediaciones constitutivas, 285

- 3. Mapa nocturno para explorar el nuevo campo, 292

Acerca de la cotidianidad, el consumo y la lectura, 293

La televisión desde las mediaciones, 297

Algunas señas de identidad reconocibles en el melodrama, 311

- 4. Lo popular que nos interpela desde lo masivo, 317

Bibliografía, 335

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

La obra está conformada por tres grandes partes. En la primera, con tres capítulos, se abordan las relaciones entre cultura y sociedad de masas, a partir de las definiciones de pueblo, masa, sociedad de masas e industria cultural. En esta primera parte, el autor asienta las bases para el debate en torno a la construcción de la hegemonía cultural en las sociedades modernas. La segunda parte está formada por tres capítulos; en ella se revisa la génesis de la hegemonía, por un lado, y la emergencia de las culturas populares, por el otro. La última parte, de dos capítulos, aborda los procesos de consolidación de la cultura de masas, massmediática, en el contexto concreto de América Latina. Todo el libro está guiado por el hilo conductor de pensar la comunicación, o concretamente los medios, desde un enfoque cultural-crítico; asimismo, y dando lugar al título de la obra, en todo momento el autor pretende el tránsito del estudio de los medios de masas al estudio de las mediaciones culturales, simbólicas y políticas que estos generan en las sociedades de masas.

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

La tercera, por ser ésta la parte en la que se aterriza el debate en el tema concreto del papel de los medios masivos en la formación de las culturas nacionales en América Latina. El autor expone ejemplos relacionados con el cine, la radio, la prensa y la televisión para concluir con la tesis de que la comunicación y sus mediaciones deben ser pensadas desde un posicionamiento crítico-culturalista, y no ideológico e informacionista. Además, en esta parte se apuntan algunas posibles rutas metodológicas para el estudio de la comunicación desde esta perspectiva, por lo que la obra adquiere, en este punto, un sentido más orientado al desarrollo de investigaciones, alejándose por unos momentos del tono ensayístico que predomina en el libro.

TERCERA PARTE: COMENTARIO

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

Esta obra es importante porque de alguna manera, en México, contribuye a ampliar el espacio conceptual y el objeto de estudio de la comunicación, estableciendo que se tiene que transitar del estudio de los medios en sí mismos al estudio de las mediaciones entre éstos y la cultura y la sociedad en general. Desde esta obra, la comunicación se concibe como espacio estratégico para pensar las contradicciones de las sociedades plurales de los ochentas, específicamente en América Latina. El enfoque cultural de la comunicación se convierte en el más relevante en el campo académico de la comunicación mexicana desde mediados los ochentas, y de algún modo hasta la fecha sigue siendo una de las principales ópticas desde las que se mira la comunicación. El título de la obra de Martín-Barbero fue sugerente en los ochentas, sobre todo por ser de los primeros que sitúa el debate comunicológico en las mediaciones, alejándose de las visiones más mediológicas y funcionalistas que ponían énfasis sobre todo en el papel de los medios de difusión.

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

Este libro ha sido reeditado en cinco ocasiones, desde el año 1987 hasta la fecha. Este ya es un primer indicio de su presencia o fama en el campo de la comunicación. La primera edición fue a cargo de Gustavo-Gili, en Barcelona, y esta editorial hizo una amplia difusión de la obra por América Latina, y México no fue la excepción. En la mayoría de escuelas de comunicación, durante los noventa pero también en la actualidad, el libro de Martín-Barbero es una lectura básica para materias de teorías de la comunicación, sobre todo las fundamentadas en un enfoque crítico-culturalista.

7. Ubicación del libro dentro de la obra del autor

Esta es la gran obra de Jesús Martín-Barbero. Filósofo de formación, y dedicado en un primer momento a temas relacionados con la educación, el autor entró de lleno al campo académico de la comunicación con este libro, antes que con ningún otro. Además de haber escrito una centena de artículos sobre las múltiples relaciones entre la comunicación y la cultura, sobre políticas culturales, sobre globalización, etc.. En su última obra, *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura* (México, Fondo de Cultura Económica, 2002), el autor recoge lo esencial de todos sus aportes al mundo de la comunicación en el contexto latinoamericano. La idea de fondo sigue siendo la misma que en su primer título, la interrelación de la comunicación con la cultura, así como la necesidad de pensar la comunicación como algo que va más allá de los medios de difusión masiva.