

Medios, mediaciones y tecnologías

Jesús Martín-Barbero

Pistas para entre-ver medios y mediaciones

Guillermo Orozco

Mediaciones tecnológicas y des-ordenamientos comunicacionales

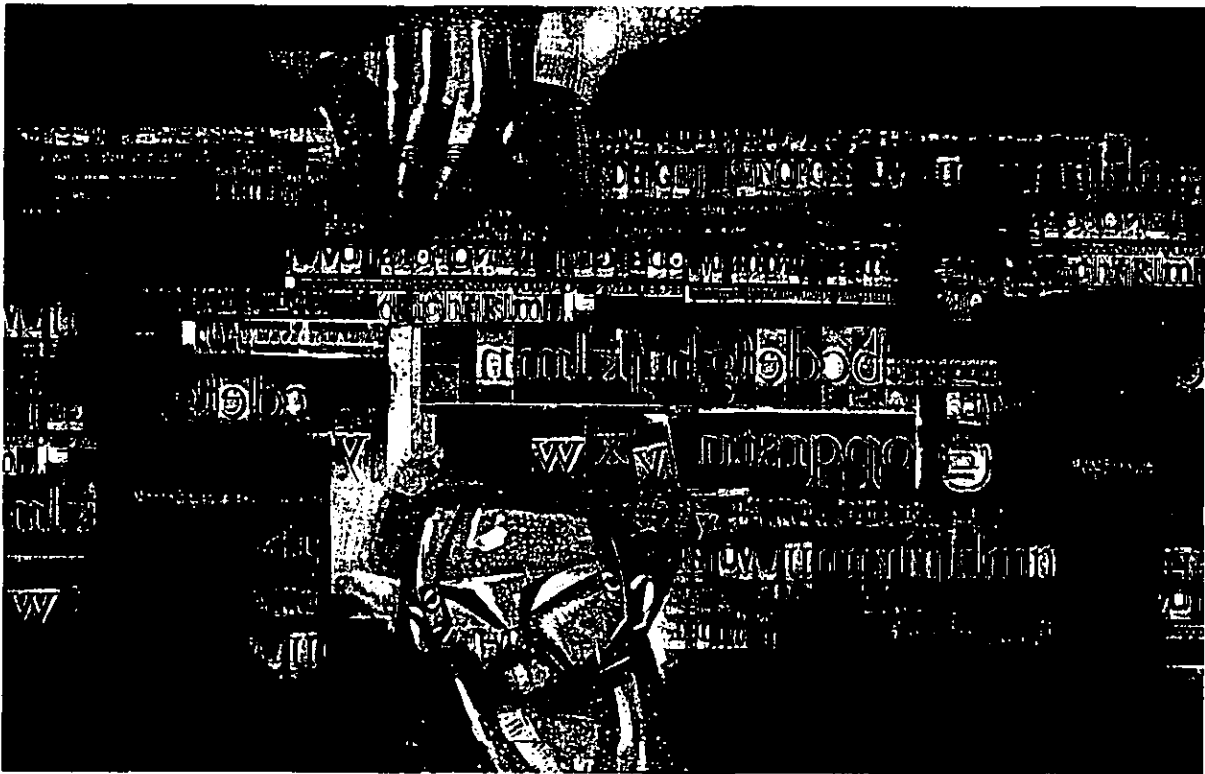
Anczar Narváez

Nuevas tecnologías de comunicación. Desigualdad económica y cultural

Daniel Guillermo Valencia

Institucionalidad e industrias de la comunicación en la modernidad

Pistas para entre-ver medios y mediaciones



Cuando en agosto de 2002 Signo y Pensamiento lanzó la convocatoria para celebrar sus veinte años, quizo a la vez invertir —en un ejercicio académico— el orden de algunos de los itinerarios de investigación y pensamiento comunicacional que le dieron origen por allá en 1982. En esta ocasión se trataba de preguntar si en el campo de la comunicación del análisis de las mediaciones estabamos de vuelta al estudio de los medios. Pronto recibimos la respuesta de Jesús Martín-Barbero, quien amablemente nos envió un texto suyo: el prefacio a la quinta edición de su ya clásico libro De los medios a las mediaciones, que in-

.....
Doctor en Filosofía de la Universidad de Lovaina y posdoctorado en Antropología y Semiótica en París. Profesor invitado de distintas universidades en Colombia, América Latina, Norteamérica y Europa. Signo y Pensamiento agradece al Convenio Andrés Bello la autorización para publicar el presente artículo, remitido especialmente por el autor para este número de la revista. El texto corresponde al prefacio que Jesús Martín-Barbero hace a la quinta edición del libro *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Véase Martín-Barbero, Jesús, *De los medios a las mediaciones*, Bogotá, Convenio Andrés Bello, 1996, pp. xi-xxii.

auguró la colección de «Pensamiento latinoamericano», promovida por el Convenio Andrés Bello, once años después de la primera aparición de este libro, publicado inicialmente en 1987 por la editorial Gustavo Gili. Como el mismo autor lo dice al presentar por quinta ocasión un libro que, como *De los medios a las mediaciones*, es muchas veces citado pero no tantas veces leído con la atención y el rigor que se merece, «siento que ello me obliga más que a actualizar su contenido —es lo que he tratado de hacer especialmente en los trabajos publicados desde mediados de los años noventa— a pensar el sentido de su actualidad». Las páginas que siguen son entonces las reflexiones del autor con respecto a la pregunta que también orientó nuestra convocatoria: ¿De las mediaciones a los medios?

No son pocas las voces que, en los últimos años, me han invitado a escribir un libro que responda a la inversión del título, esto es *De las mediaciones a los medios*, pues ese parecería ser el nuevo rumbo que está necesitando la investigación sobre las relaciones entre comunicación y cultura en América Latina. Pero tras de esa propuesta se amalgaman visiones del devenir social y proyectos muy distintos. Alcanzo a vislumbrar al menos dos. Uno que, partiendo de la envergadura económico-cultural que han adquirido las tecnologías audiovisuales e informáticas en los acelerados procesos de globalización, busca *hacerse cargo de los medios* a la hora de construir políticas culturales que hagan frente a los efectos desocializadores del neoliberalismo e inserten explícitamente las industrias culturales en la construcción económica y política de la región. El otro resulta de la combinación del optimismo tecnológico con el más radical pesimismo político, y lo que busca es legitimar, tras el poder de los medios, la *omnipresencia mediadora del mercado*. Pervirtiendo el sentido de las demandas políticas y culturales, que encuentran de algún modo expresión en los medios, se deslegitima cualquier cuestionamiento de un orden social al que sólo el mercado y las tecnologías permitirían darse forma. Es este último proyecto el hegemónico, que nos sumerge en una creciente oleada de fatalismo tecno-

lógico, y frente al cual resulta más necesario que nunca mantener la epistemológica y políticamente estratégica tensión entre las *mediaciones históricas* que dotan de sentido y alcance social a los medios y el *papel de mediadores* que ellos puedan estar jugando hoy. Sin ese mínimo de distancia —o *negatividad* que dirían los de Frankfurt— nos es imposible el pensamiento crítico.

Y ¿cómo asumir entonces el espesor social y perceptivo que hoy revisten las tecnologías comunicacionales, sus modos transversales de presencia en la cotidianidad, desde el trabajo al juego, sus espesas formas de mediación tanto del conocimiento como de la política, sin ceder al realismo de lo inevitable que produce la fascinación tecnológica, y sin dejarse atrapar en la complicidad discursiva de la *modernización neoliberal* —racionalizadora del mercado, como único principio organizador de la sociedad en su conjunto— con el *saber tecnológico* según el cual, agotado el motor de la lucha de clases, la historia habría encontrado su recambio en los avatares de *la información y la comunicación*? La centralidad indudable que hoy ocupan los medios resulta desproporcionada y paradójica en países con necesidades básicas insatisfechas en el orden de la educación o la salud como los nuestros, y en los que el crecimiento de la desigualdad atomiza nuestras sociedades, deteriorando los dispositivos de *comunicación*, esto es: cohesión política y cultural. Y, «desgastadas las representaciones simbólicas, no logramos hacernos una imagen del país que queremos, y por ende, la política no logra fijar el rumbo de los cambios en marcha»¹. De ahí que nuestras gentes puedan con cierta facilidad asimilar las imágenes de la modernización y no pocos de los cambios tecnológicos, pero sólo muy lenta y dolorosamente pueden recomponer sus sistemas de valores, de normas éticas y virtudes cívicas; todo lo cual nos está exigiendo continuar el esfuerzo por desentrañar la cada día más compleja trama de mediaciones que articula la relación comunicación / cultura / política.

.....

1 Lechner, Norbert, en *Revista Nueva Sociedad*, No. 139, Caracas, 1995, p. 124.

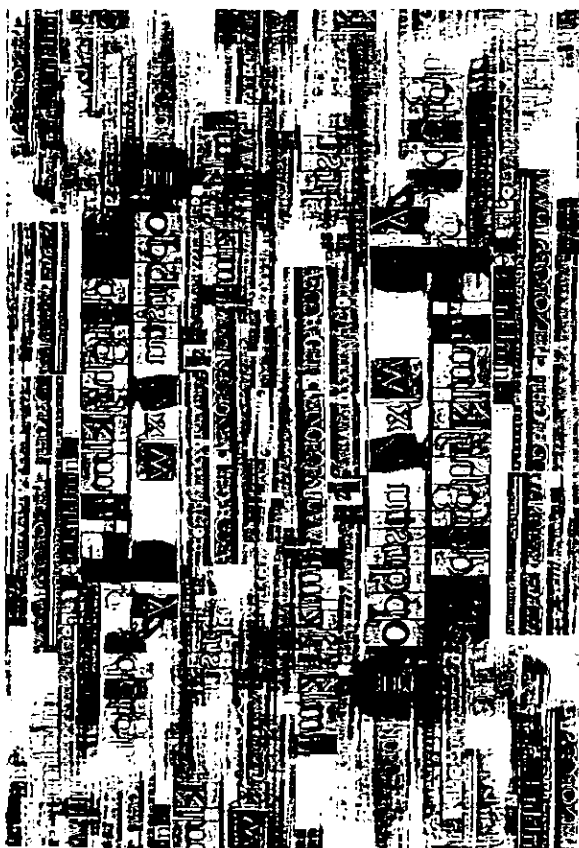
Comunicación, cultura y política

Del lado de la *comunicación*, lo que hoy necesitamos pensar es un proceso en el que lo que está en juego ya no es la desublimación del arte simulando, en la figura de la *industria cultural*, su reconciliación con la vida, como pensaban los de Frankfurt, sino la emergencia de una *razón comunicacional* cuyos dispositivos —la fragmentación que disloca y descentra, el flujo que globaliza y comprime, la conexión que desmaterializa e hibrida— agencian el *devenir mercado de la sociedad*. Frente al consenso dialogal en que Habermas ve emerger la *razón comunicativa*, descargada de la opacidad discursiva y la ambigüedad política que introducen la mediación tecnológica y mercantil, lo que estamos intentando pensar es la *hegemonía comunicacional* del mercado en la sociedad: la comunicación convertida en el más eficaz motor del desenganche e inserción de las culturas —étnicas, nacionales o locales— en el espacio / tiempo del mercado y las tecnologías globales. En el mismo sentido estamos necesitando pensar el lugar estratégico que ha pasado a ocupar la *comunicación* en la configuración de los nuevos modelos de sociedad, y su paradójica vinculación tanto al relanzamiento de la modernización —vía satélites, informática, videoprocesadores— como a la desconcertada y tanteante experiencia de la tardomodernidad.

Del lado de la *cultura*, hasta hace relativamente pocos años, el mapa parecía claro y sin arrugas: la antropología tenía a su cargo las culturas *primitivas* y la sociología se encargaba de las *modernas*. Lo que implicaba dos opuestas ideas de cultura: para los antropólogos cultura *es todo* pues, en el magma primordial que habitan los primitivos, tan cultura es el hacha como el mito, la maloca como las relaciones de parentesco, el repertorio de las plantas medicinales o de las danzas rituales; mientras para los sociólogos cultura *es sólo* un especializado tipo de actividades y de objetos, de prácticas y productos, pertenecientes al canon de las artes y las letras. En la tardomodernidad que ahora habitamos la separación que instauraba aquella doble idea de cultura se ve emborronada, de una parte por el movimiento creciente de especialización comunicativa de lo cultural, ahora organiza-

do en un sistema de máquinas productoras de bienes simbólicos ajustados a sus «públicos consumidores». Que es lo que hoy hace la escuela con sus alumnos, la televisión con sus audiencias, la iglesia con sus fieles o la prensa con sus lectores. Y, de otra parte, es la vida social toda la que, *antropologizada*, deviene cultura. Como si la imparable máquina de la racionalización modernizadora — que separa y especializa— estuviera girando, patinando, en círculo, la cultura escapa a toda *compartimentalización*, irrigando la vida social entera. Hoy son sujeto / objeto de cultura tanto el arte como la salud, el trabajo o la violencia, y hay también cultura política, del narcotráfico, cultura organizacional, urbana, juvenil, de género, cultura científica, audiovisual, tecnológica, etc.

En lo que atañe a la *política*, lo que estamos viviendo no es, como creen los más pesimistas de los *profetas-fin-de-milenio*, su disolución sino la reconfiguración de las *mediaciones* en que se constituyen sus nuevos modos de interpelación de los sujetos y representación de los vínculos que cohe-



sionan la sociedad. Más que a sustituir, la mediación televisiva o radial ha entrado a *constituir*, a hacer parte de la trama de los discursos y de la acción política misma. Pues esa mediación es *socialmente productiva*, y lo que ella produce es la densificación de las dimensiones rituales y teatrales de la política. Producción que queda impensada, y en buena medida impensable, para la concepción instrumental de la comunicación que permea buena parte de la crítica. Pues el *medio* no se limita a vehicular o traducir las representaciones existentes, ni puede tampoco sustituirlas, sino que ha entrado a *constituir una escena fundamental de la vida pública*. Y lo hace reintroduciendo en el ámbito de la racionalidad formal las *mediaciones de la sensibilidad* que el racionalismo del «contrato social» creyó (hegelianamente) superar.

Si la televisión le exige a la política negociar las formas de su mediación es porque, como ningún otro, ese medio le da acceso al *eje de la mirada*² desde el que la política no sólo puede penetrar el espacio doméstico sino reintroducir en su discurso la corporeidad, la gestualidad, esto es la materialidad significativa de que está hecha la interacción social cotidiana. Si hablar de *cultura política* signifi-

ca tener en cuenta las formas de intervención de los lenguajes y las culturas en la constitución de los actores y del sistema político³, pensar la política desde la comunicación significa poner en primer plano los ingredientes simbólicos e imaginarios presentes en los procesos de formación del poder. Lo que deriva la democratización de la sociedad hacia un trabajo en la propia trama cultural y comunicativa de la política. Pues ni la productividad social de la política es separable de las batallas que se libran en el terreno simbólico, ni el carácter participativo de la democracia es hoy real por fuera de la escena pública que construye la comunicación masiva.

Entonces, más que objetos de políticas, la comunicación y la cultura constituyen hoy un campo primordial de batalla política: el estratégico escenario que le exige a la política recuperar su dimensión simbólica —su capacidad de representar el vínculo entre los ciudadanos, el sentimiento de pertenencia a una comunidad— para enfrentar la erosión del orden colectivo. Que es *lo que no puede hacer el mercado*⁴ por más eficaz que sea su simulacro. El mercado no puede *sedimentar tradiciones* ya que todo lo que produce «se evapora en el



.....

2 Verón, Eliseo, *El discurso político*, Hachette, Buenos Aires, 1987.

3 Landi, Oscar, *Reconstrucciones: las nuevas formas de la cultura política*, Punto Sur, Buenos Aires, 1988.

4 Brunner, José Joaquín, «Cambio social y democracia», en *Revista Estudios Públicos*, No. 39, Santiago, 1990.

aire» dada su tendencia estructural a una obsolescencia acelerada y generalizada, no sólo de las cosas sino también de las formas y las instituciones. El mercado no puede crear *vínculos sociales*, esto es *entre sujetos*, pues estos se constituyen en procesos de comunicación de sentido, y el mercado opera anónimamente mediante lógicas de valor que implican intercambios puramente formales, asociaciones y promesas evanescentes, que sólo engendran satisfacciones o frustraciones pero nunca sentido. El mercado no puede *engendrar innovación social* pues esta presupone diferencias y solidaridades no funcionales, resistencias y disidencias, mientras el mercado trabaja únicamente con rentabilidades.

Buscando trazar un nuevo mapa de las mediaciones, de las nuevas complejidades en las relaciones constitutivas entre comunicación, cultura y política he venido en los últimos años trabajando esta propuesta:

El esquema se mueve sobre dos ejes: el diacrónico, o histórico de larga duración —entre Matrices Culturales (MC) y Formatos Industriales (FI)—, y el sincrónico: entre Lógicas de Producción (LP) y Competencias de Recepción o Consumo (CR). A su vez, las relaciones entre MC y LP se hallan mediadas por distintos regímenes de Institucionalidad, mientras las relaciones entre MC y CR están mediadas por diversas formas de Socialidad. Entre las LP y los FI median las Tecnicidades, y entre los FI y las CR median las Ritualidades.

Las tramas de la mediación

La relación entre Matrices Culturales y Formatos Industriales remite a la historia de los cambios en la articulación entre *movimientos sociales* y *discursos públicos*, y de estos con las modalidades de producción de lo público que agencian las formas hegemónicas de comunicación colectiva. Ejemplo: ligado inicialmente a los movimientos sociales de los sectores populares, en los comienzos de la Revolución Industrial, y al surgimiento de la cultura *popular-de-masas*, que al mismo tiempo niega y



afirma lo popular transformando su estatuto cultural, el género *melodrama* será primero teatro y tomará después el formato de folletín o novela por entregas —en la que la memoria popular (las relaciones de parentesco como eje de la trama) se va a entrecruzar, hibridar, con el imaginario burgués (de las relaciones sentimentales de la pareja)— y de allí pasará al cine, especialmente al norteamericano, y en Latinoamérica al radioteatro y la telenovela. Esa historia nos permite desplazar el maniqueísmo estructural que nos incapacitó durante mucho tiempo para pensar el espesor de las complicidades entre discursos hegemónicos y subalternos, así como la constitución —a lo largo de los procesos históricos— de gramáticas discursivas originadas en *formatos de sedimentación* de saberes narrativos, hábitos y técnicas expresivas. Gramáticas *generativas*, que dan lugar a una topografía de discursos movediza, cuya movilidad proviene tanto de las mudanzas del capital y las transformaciones tecnológicas como del movimiento permanente de las *intertextualidades e intermedialidades* que alimentan los diferentes géneros y los diferentes medios. Y que son hoy lugar de complejos entramados de residuos (R. Williams) e innovaciones, de anacronías y modernidades, de asimetrías comunicativas que involucran, de la parte de los productores, sofisticadas «estrategias de anticipación» (M. Wolf) y, de la parte de los espectadores, la activación de nuevas y *viejas* competencias de lectura. Esa historia va hoy justamente en la perspectiva de los llamados «estudios culturales».

La doble relación de las Matrices Culturales con las Competencias de Recepción y las Lógicas de Producción es mediada por los movimientos de la Socialidad, o sociabilidad, y los cambios en la Institucionalidad. La *socialidad* se genera en la trama de las relaciones cotidianas que tejen los hombres al juntarse, que es a la vez lugar de anclaje de la *praxis comunicativa*, y resultado de los modos y usos colectivos de comunicación, esto es de interpelación / constitución de los actores sociales, y de sus relaciones (hegemonía / contrahegemonía) con el poder. En ese proceso las Matrices Culturales activan y moldean los *habitus* que conforman las diversas Competencias de Recepción. La *institucionalidad* es desde siempre una mediación espesa de intereses y poderes contrapuestos, que ha afectado, y sigue afectando, especialmente la regulación de los discursos que, de parte del Estado, buscan dar estabilidad al orden constituido, y de parte de los ciudadanos —mayorías y minorías— buscan defender sus derechos y hacerse reconocer, esto es re-constituir permanentemente lo social. Si, mirada desde la *socialidad*, la comunicación se revela cuestión de *finés* —de la constitución del sentido y del hacerse y deshacerse de la sociedad—, mirada desde la *institucionalidad* la comunicación se convierte en cuestión de *medios*, esto es de producción de discursos públicos cuya hegemonía se halla hoy, paradójicamente, del lado de los intereses privados.



Los cambios en la *socialidad* remiten a movimientos de reencuentro con lo comunitario, no necesariamente fundamentalistas o nacionalistas, como lo que está ocurriendo entre los jóvenes en torno a la música, y que se hallan más bien ligados a cambios profundos en la sensibilidad y la subjetividad. La reconfiguración de la *institucionalidad* no puede ser más fuerte, pese a las paradojas que presenta: mientras se atrincheran en sus feudos los partidos tradicionales (no pocos de los nuevos también) se corrompen hasta lo impensable las instituciones estatales y se burocratizan hasta la perversión las instituciones parlamentarias, asistimos a una multiplicación de movimientos en busca de institucionalidades *otras*, capaces de *dar forma* a las pulsiones y desplazamientos de la *ciudadanía* hacia el ámbito de lo cultural y del plano de la representación al del *reconocimiento* instituyente.

La comprensión del funcionamiento de las Lógicas de Producción moviliza una triple indagación: sobre la *estructura empresarial* —en sus dimensiones económicas, ideologías profesionales y rutinas productivas— sobre su *competencia comunicativa* —capacidad de interpelar / construir públicos, audiencias, consumidores— y muy especialmente sobre su *competitividad tecnológica*: usos de la Tecnicidad por los que pasa hoy en gran medida la capacidad de innovar en los Formatos Industriales. Pues la *tecnicidad* es menos asunto de aparatos que de *operadores perceptivos* y destrezas discursivas. Confundir la comunicación con las técnicas, los medios, resulta tan deformador como pensar que ellos son exteriores y accesorios a (la verdad de) la comunicación. Del mismo modo que confundir el proceso industrial con la rentabilidad del capital —otra cosa es visibilizar sus complicidades— fue lo que convirtió la crítica en huida, pues si la racionalidad entera de la producción se agota en la del sistema, no hay otra forma de escapar a la reproducción que ¡siendo improductivos!. La mediación estratégica de la *tecnicidad* se plantea actualmente en un nuevo escenario: el de la globalización, y su convertirse en *conector universal en lo global* (Milton Santos). Ello no sólo en el espacio de las redes informáticas sino en la *conexión* de los medios —televisión y teléfono— con el computador, replanteando aceleradamente la

relación de los discursos públicos y los relatos (géneros) mediáticos con los formatos industriales y los textos virtuales. Las preguntas abiertas por la *tecnicidad* apuntan entonces al nuevo estatuto social de la técnica, al replanteamiento del sentido del discurso y la praxis política, al nuevo estatuto de la cultura, y a los avatares de la estética.

La mediación de las Ritualidades nos remite al nexo simbólico que sostiene toda comunicación: a sus anclajes en la memoria, sus ritmos y formas, sus escenarios de interacción y repetición. En su relación con los Formatos Industriales (discursos, géneros, programas y parrillas o palimpsestos) las Ritualidades constituyen *gramáticas de la acción* —del mirar, del escuchar, del leer— que regulan la interacción entre los espacios y tiempos de la vida cotidiana y los espacios y tiempos que conforman los medios. Lo que implica, de parte de los medios, una cierta capacidad de poner reglas a los juegos entre significación y situación. Pero una cosa es la *significación* del mensaje y otra aquello a lo que alude la pragmática cuando plantea la pregunta por el *sentido* que para el receptor tiene la acción de oír radio o ver televisión.

Miradas desde las Competencias de Recepción o Consumo, las *ritualidades* remiten, de un lado, a los diferentes *usos sociales* de los medios, por ejemplo el barroquismo expresivo de los modos populares de ver cine frente a la sobriedad y seriedad del intelectual al que cualquier ruido viene a distraerlo de su contemplación cinematográfica, o el consumo productivo que algunos jóvenes hacen del computador frente al uso marcadamente lúdico-evasivo de la mayoría. De otro, las *ritualidades* remiten a los múltiples *trayectos de lectura* ligados a las condiciones sociales del gusto, marcados por los niveles y calidades de la educación, los haberes y saberes constituidos en memoria étnica, de clase o de género, y los hábitos familiares de convivencia con la cultura letrada, la oral o la audiovisual, que cargan la experiencia del ver sobre el leer o viceversa.

También las *ritualidades* son arrancadas por algunos antropólogos y sociólogos al tiempo arcaico para iluminar las especificidades de la contemporaneidad urbana: modos de existencia de lo sim-

bólico, trayectos de iniciación y viajes «de paso», serialidad ficcional y repetición ritual, permitiendo así entrever el juego entre cotidianidad y experiencias de lo extraño, resacralización, reencantamiento del mundo desde ciertos usos o modos de relación con los medios, entre inercias y actividad, entre hábitos e iniciativas del mirar y el leer.

Lo que busco con ese mapa es reconocer que los medios constituyen hoy espacios claves de condensación e intersección de múltiples redes de poder y de producción cultural, pero alertar al mismo tiempo contra el *pensamiento único* que legitima la idea de que la tecnología es hoy el «gran mediador» entre los pueblos y el mundo, cuando lo que la tecnología media hoy, más intensa y aceleradamente, es la transformación de la sociedad en mercado, y de éste en principal agenciador de la mundialización (en sus muy contrapuestos sentidos). La lucha contra el pensamiento único halla así un lugar estratégico no sólo en el politeísmo nómada y descentrador, que moviliza la reflexión e investigación sobre las mediaciones históricas del comunicar, sino también en las transformaciones que atraviesan los *mediadores socioculturales*, tanto en sus figuras institucionales y tradicionales —la escuela, la familia, la iglesia, el barrio— como en el surgimiento de nuevos actores y movimientos sociales que, como las organizaciones ecológicas o de derechos humanos, los movimientos étnicos o de género, introducen nuevos sentidos de lo social y nuevos *usos sociales* de los medios. Sentidos y usos que, en sus tanteos y tensiones remiten, de una parte, a la dificultad de superar la concepción y las prácticas puramente instrumentales para asumir el desafío político, técnico y expresivo, que conlleva el reconocimiento, *en la práctica*, del espesor cultural que hoy contienen los procesos y los medios de comunicación, pero de otra parte remiten también al lento alumbramiento de nuevas esferas de lo público y formas nuevas de la imaginación y la creatividad social.

Esas luchas se entrecuzan con las principales lecciones aprendidas en estos diez años y trazan los caminos de mi esperanza. Pues como escribió Borges: «Lo venidero nunca se anima a ser presente del todo sin antes ensayarse, y ese ensayo es la

esperanza». Me refiero especialmente a la lenta y profunda revolución de las mujeres —quizá la única que deje huella de este decepcionante siglo en la historia— sobre el mundo de la cultura y la política, articulando el reconocimiento de la *diferencia* al discurso que denuncia la *desigualdad*, y afirmando la *subjetividad* implicada en toda acción colectiva. Me refiero también a las rupturas que, movilizadas por los jóvenes, rebasan el ámbito de lo generacional: todo lo que la juventud condensa, en sus desasosiegos y furias, tanto como en sus empatías cognitivas y expresivas con la lengua de las tecnologías, de transformaciones en el *sensorium* de «nuestra» época y de mutaciones político-culturales que avizoran el nuevo siglo. Y me refiero finalmente a esas «nuevas maneras de estar juntos» en las que se recrea la ciudadanía y se reconstituye la sociedad, desde los colectivos barriales para la resolución pacífica de conflictos, y las emisoras de radio y televisión comunitarias, en las que se recorran memorias y se tejen nuevos lazos de pertenencia al territorio, hasta las comunidades que, desde el rock y el rap, rompen y reimaginan el sentido del convivir deshaciendo y rehaciendo los rostros y las figuras de la identidad. Es desde esas lecciones y esperanzas que la lectura de este libro contiene ya su entera reescritura.

Bibliografía

Brunner, José Joaquín, «Cambio social y democracia», en *Revista Estudios Públicos*, No. 39, Santiago, 1990.

Landi, Oscar, *Reconstrucciones: las nuevas formas de la cultura política*, Punto Sur, Buenos Aires, 1988.

Lechner, Norbert, en *Revista Nueva Sociedad*, No. 139, Caracas, 1995, p. 124.

Verón, Eliseo, *El discurso político*, Hachette, Buenos Aires, 1987.