

PARA
RECORDARLO
IN MEMORIAN



Una conversa con el autor

De los medios a las mediaciones

30 años después (2017)

OMAR RINCÓN

Esta es una de las últimas entrevistas que Jesús Martín Barbero concediera. Ella fue en 2017 en el momento mismo en que se cumplían treinta años de su más importante libro *De los medios a las mediaciones*. Libro que marcó un tiempo en el pensamiento sobre la comunicación, los medios y la cultura. Todavía sigue vigente. El profesor Omar Rincón, estudioso colombiano de la obra de Barbero, tuvo esta conversación en el mes de mayo de 2017. En la conversa con Jesús Martín nos encontramos con una última pregunta: —¿Y desde dónde piensa? y Barbero responde: ese es el secreto que me llevaré conmigo a la tumba y no lo voy a revelar aquí ahora. Y se lo llevó, pero nos dejó pistas para entender las claves desde las cuales se mueven los procesos de comunicación, no solo los masivos sino los del mundo popular. Sirva esta entrevista, que reproducimos con la autorización de su autor, para recordarlo.

Lunes 22 de mayo de 2017, al atardecer bogotano, con el sol del dorado por la ventana. Jesús Martín Barbero es un maestro, uno que llegó de España hace casi cincuenta años y se empecinó desde Latinoamérica en inventarse nuevas formas de pensar la comunicación, la cultura, la política, los jóvenes, la televisión, las mujeres, las sensibilidades, las tecnologías... le encanta intentar todo aquello que causa “mal de ojo” a los intelectuales de las ciencias sociales y humanas. De él se conocen muchísimos textos breves y cinco largos de enorme incidencia como 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 cartógrafo* (2002), *Ver con los otros* (2017), *Jóvenes: entre el palimpsesto y el hipertexto* (2017).

—Omar Rincón (O.R.). **¿Cómo fue la experiencia inicial del libro, *De los medios a las mediaciones*?**

—Jesús Martín Barbero (J.M.B.). En 1980 logro que me den un año sabático en la Universidad del Valle para recoger los insumos intelectuales con los que quiero hacer un libro. Y me voy a Madrid con Elvira, Olga de 2 años y Ale-

jandro de 5. Fue una etapa clave para mi modo de pensar no solo por los libros que leí, por todo lo que logré juntar en italiano, portugués, inglés, francés, sino porque es la primera iluminación de que *yo tenía algo que decir* y que debía hacer algo con esa experiencia tenida durante cinco años en Cali. Este viaje me permite situar *el cómo se ha pensado lo popular*. Y ahí aparece Miquel de Moragas, que fue la primera persona que cuando se entera que estoy en Madrid me invita a Barcelona, a la gran facultad de comunicación de la UAB. “Jesús, vente”. Esto fue una sorpresa. Era la primera persona en España que me valoraba y me ponía el desafío de conversar con estudiantes y profesores. Estuve en Barcelona casi una semana. Miquel me presentó a Román Gubern. Y Román me invitó a almorzar. Allí descubrí una biblioteca maravillosa, la biblioteca de la Facultad de Comunicación, donde se podía ver y tocar los libros, mientras en Madrid esto no era posible. En esta semana me sentí valorado por los profesores de la UAB. Lo que yo gano es que me mandan una caja enorme con todos los libros y artículos que yo mismo escogí en la biblioteca de la Autónoma, y es que me pusieron una alumna para que me acompañase por la biblioteca y ella anotó lo que me interesaba y luego lo fotocopiaron, y esa fue la caja que me llegó a Madrid.

[...] la experiencia cultural de las mayorías es lo popular-masivo, una memoria popular heterogénea que se junta a lo industrial masivo... ya que lo popular está tanto o más en lo masivo que en lo popular originario o en lo popular sagrado.

Realmente el primer amigo intelectual en el sentido más profundo de la palabra fue Miquel quien estaba pensando la transformación de la comunicación en España y Cataluña. Y yo venía de pensar la transformación de la comunicación en América Latina partiendo de Colombia y Cali. Éramos contemporáneos intelectualmente. Y por eso comenzamos a intercambiar libros, amigos, textos... Luego, invitamos a Miquel a

Cali y a América Latina para que conociera lo que estaba pasando.

Como resultado de aquellos encuentros, diseñamos la propuesta de juntar los profesores de Italia, Francia y España con los de América Latina para que se encontraran y conversaran sobre la situación de los estudios de la comunicación.

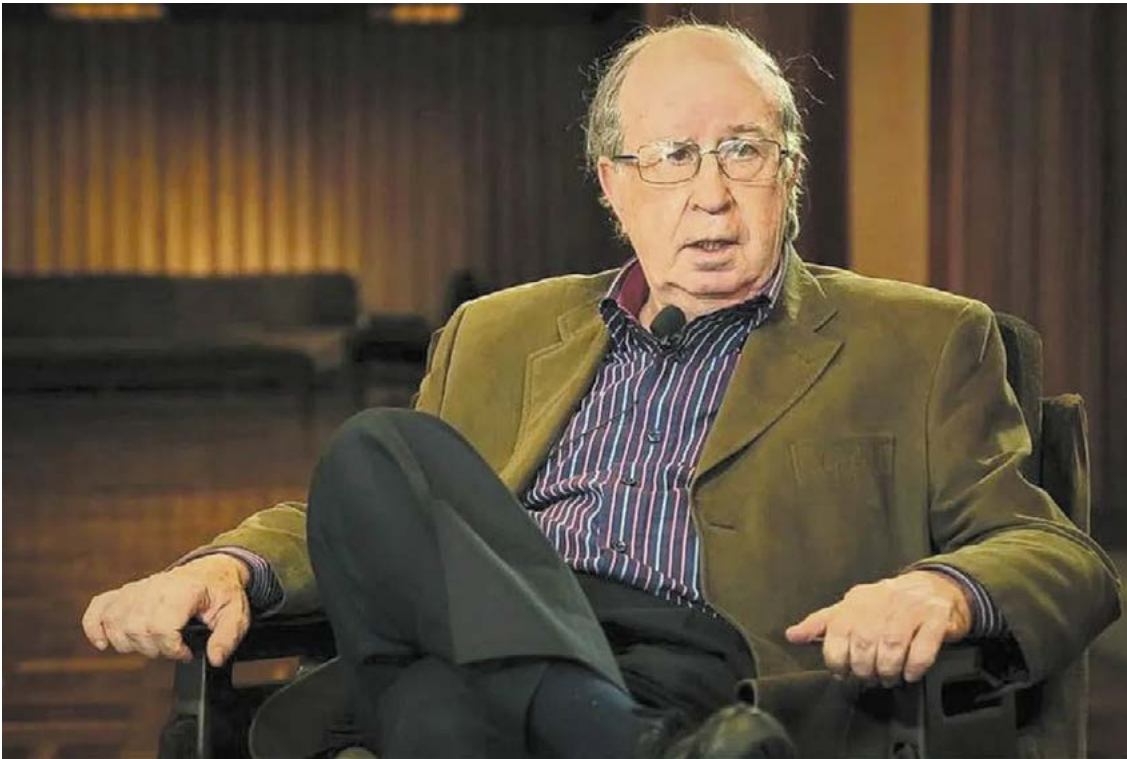
Barcelona fue un descubrimiento. Había pasado por Barcelona pero no había interactuado con catalanes. Hubo algo que pasó, yo me enamoré de Barcelona; esa ciudad es clave para mí, esa ciudad me ganó. Yo tejí la ciudad con base a amistades; creatividades entrelazadas; intercambios de libros, de artículos, de preguntas; las librerías. Era una cosa muy densa. Yo no iba buscando libros de comunicación o de cultura, iba en busca de referencias de antropología, sociología, filosofía. Yo llego solo a Barcelona, Elvira se había quedado en Madrid con los niños. Al volver estaba enamorado de Barcelona, tanto que me propuse llevar a Elvira y los niños. Y los llevé luego.

—O.R. ¿Y lo del título?

—J.M.B. Al comienzo jugué con tres títulos: “Imaginario Popular e Industria Cultural”, “Memoria popular e imaginario de masas”, “Pueblo y masa en la industria cultural”. Cuando me puse a escribir *De los medios a las mediaciones* yo mantenía una conversación permanente con Néstor García-Cancelini, Miquel de Moragas y Héctor Schmucler, y juntábamos por carta, no solo nuestros pensares, sino que entrelazábamos menciones, aspectos, temporalidades de los procesos de comunicación.

Luego vino la maravillosa colección de libros de comunicación de Gustavo Gili y entre los primeros libros latinoamericanos estuvo el mío.

Cuando Miquel vino a Cali yo no tenía aun el título, lo conversamos y el propuso la idea. Ya tenía el índice con ese movimiento de “de... a”... Del logos mercantil al arte... De la crítica a la crisis ... Del folklore a lo popular ... De las masas a la masa ... y “de los medios a las mediaciones” era el título de un capítulo, y entonces lo pasé como título de todo el libro, ya que era la mejor forma de dar cuenta de la posibilidad de pensar



las relaciones de la masa con lo popular, de esa experiencia otra de significar y gozar, ya que lo popular significaba algo distinto para mí que para los demás: lo popular junto a lo masivo, lo tradicional pegado con lo industrial, las tracciones que surgen de esta juntura o el cómo tensiona lo masivo a lo popular y tensiona lo popular a lo masivo. Y es que la experiencia cultural de las mayorías es lo popular-masivo, una memoria popular heterogénea que se junta a lo industrial masivo... ya que lo popular está tanto o más en lo masivo que en lo popular originario o en lo popular sagrado. Hay un popular contemporáneo que atraviesa lo masivo y lo masivo se casa con todas las versiones de lo popular.

—O.R. ¿Y el subtítulo?

—J.M.B. Comunicación, Cultura y Hegemonía eran las claves del libro. Hegemonía porque cuando yo estaba empezando a escribir el libro, tuve el descubrimiento de Gramsci. Gramsci me llega en un momento clave. Y re-escribo cosas a partir del concepto de hegemonía. Me doy cuenta que no puedo pensar la cultura popular sin la hegemonía. Entonces, lo que quiero reflexionar es esa *articulación* entre la comunicación (industria), la cultura (popular) y la hegemonía (política).

Descubro lo político yéndome con mis alumnos a las plazas de mercado o a los cementerios... a ver qué pasa allá, a reconocer la vitalidad popular en una plaza de mercado, la vitalidad popular en un cementerio donde los sujetos populares son los protagonistas, y donde ellos son dueños de su relato, de su cuento. Ahí hice conciencia que lo que hay que aprender es lo que la gente realmente quería ver, lo que realmente la gente quería sentir y, por eso no es un asunto instrumental sino de *mediaciones* que se expresan en el idioma de la gente del común.

—O.R. ¿Qué fue lo que quisiste hacer con ese libro?

—J.M.B. Realmente si hay una palabra que me permitía hablar de lo que yo quería hablar desde el punto de vista socio-antropológico era la palabra mediación. Quería quitarle protagonismo a los medios que parecían ser los autores y dueños del mundo de la comunicación y, por eso, metí esa palabrota que era *mediaciones*. La categoría de mediaciones surge contra los maniqueísmos, un concepto que sustituye al dualismo materia-forma porque es, en simultáneo, forma y materia; sustituye las dicotomías, las rompe, las supera. Entonces, este concepto es el resultado de hacer un ejercicio de quitarle el protago-

PARA
RECORDARLO
IN MEMORIAN



nismo a los medios para pasar a la relación de las personas con los medios. El medio es clave pero no el instrumento si no como ese lugar que pisa diferentes terrenos y, a la vez, los hace converger.

¿Por qué los medios se volvieron tan importantes? La respuesta es simple: porque los medios son para el pueblo; la televisión, el cine y la radio son para la gente. Por ejemplo, lo único que ponía en contacto a las clases bajas, a las clases medias y algunas de alta era la radio, porque la radio siempre fue el medio oral, el medio de los pobres, el medio popular. Y no es un medio puro, ya que la radio se hizo cargo *a su manera* de las mediaciones capitalistas y del desprecio de clase, raza y género. En todo caso, fueron los medios los que se fueron poco a poco haciendo cargo de unas mayorías que oían radio, veían televisión, no leían nada, y que por tanto, su vida entera estaba de alguna manera moldeada por la radio y la televisión y eso fue, en simultáneo, empoderando (haciendo sociedad) y dando plata (haciendo negocio). Lo importante era el juego entre la gente y los medios. La televisión reina, por ejemplo, porque es barata y está en la casa y, además, nos cuenta todo, nos cuenta lo que pasó, lo que va a pasar y nos cuenta los cuentos que más nos gustan, porque si no nos gusta entonces no los vemos.

La intención no era tanto entender la radio o la televisión, *era entender lo que la gente hacía*

con lo que ve y con lo que oye, eso era lo que había que investigar; lo que hacía la gente con eso, para qué le servía, en qué les ayudaba, de qué maldecían. Esto fue desde el principio, otra vez mucho más el proceso que el objeto, o sea por qué les gustaba esto y no les gustaba esto otro. Sin querer queriendo me encontré sentándome a ver la televisión con la gente y esto partió mi vida en dos, escuchar lo que la gente decía mientras veía las telenovelas cambió mi mente porque lo que hay en la telenovela es la vida de ellos, ya que son los únicos programas que se parecían a ellos... eran igual de feos, igual de charlatanes, este fue mi descubrimiento. El asunto era “ver con los otros” que es lo que he hecho toda la vida, he intentado ver lo que ven los otros, no lo que veo yo.

Las *mediaciones* como categoría mete en la discusión y los estudios a los medios pero en relación a la cultura popular, a la gente y sus modos cómo organizan la vida, cómo la perciben o la cuentan. Los que no saben escribir, sí saben contar, sí saben narrar. Hay una cultura histórica que viene de muy largo, y ahí está medio libro *De los medios a las mediaciones* haciendo historia de ese saber que no se sabía, no se conocía. Esta era la forma en la que me movía para empezar a ponerle concepto desde el punto de vista sociológico, un poco antropológico, mucho de histórico; investigar los modos como

lo popular se encuentra con la estructura del melodrama.

El melodrama, también, es política, por eso con este género se gesta el Estado-nación; la política penetra la vida cotidiana y se crea el Estado, la nación, las identidades de nacimiento, los derechos, se crean las culturas nacionales (alemana o francesa o la italiana o la española). Así, lo que era cultura se vuelve política y se transforma en cultura política. ¿Qué es lo que estaba en juego? Lo que estaba en juego era la emergencia de eso que se llama pueblo y se le puso un nombre que va a sonar muy bien: lo popular; se gesta lo nacional político y una cultura nacional en las artes y con las maneras de hablar, de moverse y de hacer las cosas.

El teatro popular antes de la revolución francesa fue ambulante, no les permitían tener ningún local en la ciudad, los perseguían a muerte porque desmeritaban el arte, porque *pordebajaban* la Cultura con toda esa palabrearía horrenda de los ignorantes. Este teatro de pobres entra al gran teatro, y se visibiliza ese primer melodrama en que la gente del pueblo se representa, una especie de revancha de la revolución. Ahí cambió la escena, comenzaron a aparecer cosas muy grandes, de pronto estaban en la habitación de un conde, de pronto estaban en la calle, de pronto en una plaza; el pueblo quiere que todo sea muy realista, el escenario era cada vez más grande y más majestuoso, y como era visual era la fiesta de los ojos y de los oídos. Así lo que pasaba en el escenario era apasionante. Algo a mitad de camino entre el circo y el teatro. El mal gusto popular se tomó la escena. Y como ese gusto era el mayoritario, entonces, se volvió negocio. El melodrama era el relato de la vida de la gente pobre que recuperaba el saber oral y así se fue volviendo un género literario.

Ya había leído sobre los melodramas de teatro en el siglo XIX en Francia, y eso lo conecté con el título de la primera radionovela en Cuba, “El derecho de nacer”. No se podía poner un título de mayor tamaño antropológico a las clases populares, antes de Fidel Castro, que “El derecho de nacer”. Este es un título que vale por todos los millones de verdad que tiene; el derecho de nacer era el derecho de existir en la sociedad y

en los medios, las radionovelas y las telenovelas hicieron que los pobres estuvieran en la radio y en la televisión. Lo que yo descubro es que, de verdad, hay una cultura audiovisual maravillosa que es de la gente y que esta cultura se la han impuesto a la televisión, o sea, es su cultura la que se ha impuesto no es un invento de los industriales; lo que pasó es que, en la medida en que los comerciantes captaron el significado del derecho de nacer, se hicieron millonarios, ya que se tomaron en serio esos modos de contar, sentir y significar... y explotaron para hacer negocio a ese saber contar de la gente que pasa a la televisión.

Escribí ese libro para incidir sobre las ciencias sociales metiendo una agenda de temas que me parecían importantes en política, sociedad, cultura. El libro ha recorrido una partecita del mundo y todavía de alguna manera le queda una cierta energía para seguir creándome problemas.

—O.R. Treinta años después *De los medios a las mediaciones* es un clásico latinoamericano citado por todo el mundo. ¿Qué ha pasado con ese libro?

—J.M.B. No sé, la pura verdad, no sé qué ha pasado. Yo te preguntaría a ti, yo lo hice y él trazó sus propios caminitos para caminar, se movió a su manera, se enredó con ciertas razones y ciertas visiones, y se ha trazado su propio camino. A mí lo que me importa es que está vivo y está vivo porque es un libro que ha movido, no solo la lectura de comunicadores sino también de gente de ciencias sociales. Y es que es un libro de ciencias sociales, no es un libro de comunicación y medios. Escribí ese libro para incidir sobre las ciencias sociales metiendo una agenda de temas que me parecían importantes en política, sociedad, cultura. El libro ha recorrido una partecita del mundo y todavía de alguna manera le queda una cierta energía para seguir creándome problemas.

Este libro fue en gran medida un milagro, un milagro es que la universidad del Valle me regalara dos años, primero un año en Europa reco-

giendo la bibliografía europea, francesa, italiana, inglesa; con eso ya tenía en la cabeza un esquema, ya había escrito mis borradores en un montón de cuadernos... y entonces me concedieron un año sabático para que recorriera América Latina de punta a punta recogiendo la bibliografía, ya que había que ir por ella a donde estaban los libros y los autores. Entonces me recorrí América Latina de arriba abajo recogiendo bibliografía y experiencias. Este libro es en buena manera el resultado de la generosidad de la universidad del Valle, en la que trabajaba, me formé y me hice profesor creando un programa nuevo, que no tenía nada que ver con lo que había en las facultades de periodismo publicidario, relaciones públicas, para nada, era las ciencias sociales estudiando modalidades de comunicación en la ciudad de Cali. *De los medios a las mediaciones* es el resultado de este milagro de la Universidad del Valle y el milagro de Miquel de Moragas que tuvo que ver con todo: con lo que encontré en Barcelona, con publicarlo, con la idea del título, con los diálogos e intercambios de conceptos y experiencias.

—O.R. *De los medios a las mediaciones es un diálogo entre Europa y América Latina. ¿Cómo es ese diálogo?*

—J.M.B. El punto de partida fue mi primera estadía en Colombia (años 68 y 69). Por eso yo doy gracias a Colombia por haberme hecho latinoamericano, ese fue el don más preciado que me ha hecho este país: me hizo latinoamericano porque uno no puede ser colombiano sin ser latinoamericano. Otra cosa es que la mayoría de los intelectuales colombianos miran para el norte, no tienen ni idea de ese sur, pero eso ya es otro tema. En esa primera visita fui a Chile. Tuve la suerte de tener a mi hermana mayor viviendo en Chile. Colombia era una calamidad con un presidente absolutamente inepto, mientras en Chile la democracia cristiana se la jugaba con el comunismo de Allende. En Chile estaba la política, aquí en Colombia no teníamos ni idea de eso. Uruguay era el primer país moderno de este mundo. En ese viaje yo me sentí latinoamericano. Y eso fue una experiencia maravillosa que me permitió *saberme* colocar. En Chile se veía

el triple de lo que yo veía desde Colombia. Volví a Europa, leí de todo. Y volví a América persiguiendo a Elvira, porque yo venía detrás de Elvira y venía detrás de algo que yo no sabía; pero si sabía muy bien que quería poner a los colombianos a pensarse, a pensar sus problemas, sus dolores, sus magias, sus riquezas. A eso venía y me dejaron. Y enriquezco mi educación latinoamericana con Néstor García-Canclini y mi amigo brasileño, Renato Ortiz. Les debo montones porque además me invitaron, me llevaron mil veces, me pasearon, me abrieron la cabeza a temas que yo no tenía. Esa es la historia de alguien que reconoce que su lugar en el mundo estaba en América latina. Es lo que yo sigo diciendo, para mí ha sido mucho más importante desde dónde pienso, que qué es lo que pienso.

—O.R. *¿Y desde dónde piensa?*

—J.M.B. Ese es el secreto que me llevaré conmigo a la tumba y no lo voy a revelar aquí ahora.

OMAR RINCÓN

Colombiano. Profesor Asociado de la Universidad de los Andes. Director del Centro de Competencia en Comunicación de la Fundación Friedrich Ebert.

Referencias

- MARTÍN BARBERO, Jesús (1978): *Comunicación masiva: discurso y poder*. Quito: Ciespal.
- _____ (1987): *De los medios a las mediaciones, comunicación, cultura y hegemonía*. Barcelona-México: Gustavo Gili.
- MARTÍN BARBERO, Jesús y MUÑOZ, Sonia –coord.- (1992): *Televisión y melodrama: géneros y lecturas de telenovela en Colombia*. Bogotá: Tercer Mundo.
- MARTÍN BARBERO, Jesús (2002): *La educación desde la comunicación*. Buenos Aires: Grupo Editorial Norma.
- _____ (2002): *Oficio de cartógrafo. Travesías Latinoamericanas de la Comunicación en la Cultura*. México: Fondo de Cultura Económica.
- MARTÍN BARBERO, Jesús y CORONA BERKIN, Sarah (2017): *Ver con los otros. Comunicación Intercultural*. México: Fondo de Cultura Económica.
- MARTÍN BARBERO, Jesús (2017): *Jóvenes: entre el palimpsesto y el hipertexto*. Barcelona: NED Ediciones.