



JESÚS MARTÍN BARBERO

DOCTOR HONORIS CAUSA



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Derechos reservados © conforme a la Ley, por:

- Universidad de Guadalajara

Avenida Juárez 976, S.J.

Guadalajara, Jalisco, C.P. 44100

Impreso y hecho en Guadalajara, Jalisco, México





Jesús Martín Barbero

UNA TRAYECTORIA DE “CARTÓGRAFO MESTIZO” QUE HA ILUMINADO LOS SENDEROS Y EL ANDAR DE CAMINANTES DE LA COMUNICACIÓN EN LA CULTURA, EN LA EDUCACIÓN Y EN LA TECNOLOGÍA.

Nacido en Ávila, España en 1937, latinoamericano por convicción y trayecto de vida a partir de 1963 cuando inicia su residencia en Colombia, nacionalizado colombiano desde 2004.

Si hubiera una idea guía de toda su aportación al pensamiento científico y filosófico desde la comunicación, esa sería:

“No han sido solo las limitaciones del modelo hegemónico las que nos han forzado a cambiar paradigmas; han sido los tercicos hechos y los agudos procesos sociales de América Latina los que nos han cambiado los objetos de estudio a los investigadores de la comunicación”.¹

¹ *De los medios a las mediaciones*, (1987) P. 224. México, Ed. Gustavo Gili.

Por eso su trayectoria ha estado marcada por la reformulación creativa y crítica de premisas, creencias y posicionamientos aceptados sin cuestionamiento por diversas tradiciones epistemológicas y perspectivas teóricas dentro de las ciencias sociales, tanto como dentro de las humanidades.

Con respecto al paradigma mediático dominante hasta los años 80 en la investigación de la relación entre medios y audiencias inspirado en el canadiense, también filósofo, Marshall McLuhan, que anunciaba que “el medio es el mensaje”, y auspiciaba así una comprensión directa entre medio, mensaje y receptor, Martín Barbero propuso entonces que en lo comunicativo había que transitar “de los medios a las mediaciones” para poder comprender los procesos comunicativos. Propuesta que plasmó como título de su libro seminal que ha marcado **un antes y un después** en los estudios de comunicación y cultura.

Y transitar de los medios a las mediaciones significa descentrar de los medios y sus contenidos el poder explicativo de las relaciones comunicacionales, para recentrarlo en los sujetos mismos, en su cultura y en los diversas componentes intervinientes en los procesos de producción y recepción, frente y detrás de los medios de comunicación. Esto permitió la exploración de elementos contextuales, pero sobre todo elementos culturales, tecnológicos, políticos, discursivos e históricos como parte de una comprensión compleja e integral de la relación comunicativa: medios-discursos-sociedad.

De aquí que la atención conceptual e investigativa de Martín Barbero se recentrara en los **procesos comunicativos**. Como el mismo lo dijo: “Yo no fui a buscar los efectos sino los reconocimientos”.² Reconocimientos que se producen en los intercambios comunicativos mismos por parte de sus lectores, escuchas, televidentes o cinevidentes y usuarios e internautas. Esto además, buscado no de manera ingenua o espontánea, sino dentro de una **visión revolucionaria** que por una parte desconoce la perspectiva estandarizada de una comunicación como proceso de democratización y para el desarrollo difundida en los tiempos de la posguerra hacia los países subdesarrollados, y por otra parte, también cuestiona de fondo esa otra visión crítica de la (izquierdista) academia latinoamericana de la comunicación de los años 60 y 70, que pregona la premisa de una comunicación como proceso de dominación, como punto de partida para toda la investigación sobre comunicación en la región. Frente a ambas cosmovisiones Martín Barbero planteo en 1978 --desde un congreso en la ciudad de México--, que lo que habría que estudiar desde Latinoamérica era la misma dominación como proceso de comunicación.

La dominación como objeto relacional, donde importa ver los **procesos** a través de los cuales la sociedad mediática hace sentido de sus encuentros con las pantallas y con los demás dispositivos tecnológicos. Así, retomando al educador Paulo Freire, que iluminó el entendimiento entre opresor y oprimidos—y que ha sido su inspirador--

2 Prólogo-entrevista a Martín Barbero en el libro *De las audiencias contemplativas a los productores conectados*, de Jorge Bonilla et Al. Colombia, 2012. Universidades Javeriana, De los Andes y EAFIT (p.21).

Martín Barbero, entendió que un objetivo para investigar y comprender la comunicación mediática en relación a los sujetos sociales, era justamente explorar aquello que en ellos trabaja a favor de su aceptación sumisa de las propuestas mediáticas, esto es *a favor de su propia dominación* y permite que se realice la hegemonía con el consenso de los dominados.

En un momento posterior³ Martín Barbero retoma lo que él llama “algunas ideas fuera de lugar”. Ideas que hacen explotar muchas creencias y objetos tradicionales de estudio. Entre ellas la de lo “popular en lo masivo”, que le permite proponer que en Latinoamérica es necesario partir de esa fusión histórica que los medios y en especial la televisión han logrado masivamente con lo popular y han podido en consecuencia entablar una **complicidad** entre el pueblo y lo televisivo, específicamente.

De ahí que lo que él mismo considera “mi desubicación más profunda”⁴ fuera “mi afición a la telenovela” y explica que si hay un producto comunicativo y a la vez una práctica que haga evidente lo mejor y lo peor de esa “complicidad” entre lo popular y lo masivo, es precisamente este género dramático.... con el cual y frente al cual se manifestarán diversos tipos de “Usos Sociales”. Lo cual es una de sus más productivas propuestas metodológicas

3 En su libro-antología: *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, 2002, Chile, Fondo de Cultura Económico (pags. 18-24),

4 Ibidem, p.23.

de investigación de la **comunicación en la cultura**, que si bien comparte algo con esa otra de la *Communication Research: Usos y Gratificaciones*, se distancia justamente en que ésta se enfoca solo en los usos individuales de receptores específicos. En cambio, **Usos Sociales** permite abarcar conjuntos de sujetos y hacer sentido de sus vínculos mediáticos y discursivos de manera sustantiva, cultural y política.

Otra idea “fuera de lugar” es aquélla por la que Martín Barbero considera que la *incomunicación en Latinoamérica ha sido una herencia cultural* vigente, grave, que históricamente nos ha impedido a los latinoamericanos reconocernos como sujetos en conexión, y que hay que quitar del presente y del futuro a través de fortalecer el diálogo y la interlocución, con una *Educación desde la Comunicación*,⁵ que él considera que: *ya no es pensable desde un modelo escolar*. Justamente porque: *estamos pasando de una sociedad con un sistema educativo a una sociedad de la educación*, donde no hay edades, ni lugares reservados para aprender, sino que es la cotidianidad toda donde se realiza la educación.

Transitar “de los medios a las mediaciones” ha sido además del título de su libro (traducido a varios idiomas), **una agenda de investigación** comprometida y visionaria, donde la mediación entendida como **ese lugar desde**

5 Título de su libro publicado en la enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación, dirigida por Aníbal Ford, (2012) Editorial NORMA, Argentina.

donde se produce el sentido en los procesos comunicativos es muchas cosas a la vez: una categoría incluyente, un instrumento de observación, un componente interviniente y relacional, siempre un concepto flexible con un gran potencial de explicación.

Entre las mediaciones que destaca Martín Barbero están: *la Tecnicidad, la Institucionalidad, la Ritualidad y la Socialidad*, vinculadas a las *lógicas de producción comunicativa*, a los *formatos industriales*, a las *matrices culturales* y a las *competencias de recepción*, como componentes específicos desde donde se entablan procesos de comunicación, creación y negociación de sentidos y significados entre los sujetos sociales.⁶

Estas mediaciones permiten ordenar los procesos y las interacciones dentro de lo comunicativo más allá de lo comunicativo mismo, por lo que con su investigación se pueden ir descubriendo las maneras particulares en que lo cultural, lo político, lo tecnológico y lo económico se entremezclan en el devenir de los sujetos sociales y las sociedades contemporáneas.

Con Jesús Martín Barbero la comunicación se vuelve *un enclave estratégico del pensar* no solo el papel de los

6 Ver *Prefacio* a la quinta edición de su libro: “Pistas para entre ver medios y mediaciones” (1998) Bogotá, Editorial André Bello.

medios y las tecnologías de información en las relaciones sociales de hoy, sino la *hegemonía comunicacional del mercado* y con ella *el nuevo lugar de la cultura y la tecnología en la sociedad*.

Asignaturas pendientes tanto para los comunicadores específicamente, como para todos los científicos sociales y humanistas que busquen un cambio social y mantengan viva la esperanza y alguna utopía para un mundo mejor.

Numeralia, Jesús Martín Barbero:

Libros: 15

Coordinación de Libros: 8

Artículos: 220

Doctorados Honoris Causa: 5

Se otorga el título de **Doctor *Honoris Causa*** de la Universidad de Guadalajara al **Dr. Jesús Martín Barbero**, por sus valiosas innovaciones en el estudio de la comunicación y la cultura, que han impulsado un fértil diálogo entre los especialistas y enriquecido la formación de los universitarios.

Guadalajara, Jalisco, México, a 12 de junio de 2014.

Universidad de Guadalajara

Mtro. Itzcóatl Tonatiuh Bravo Padilla
Rector General

Dr. Miguel Ángel Navarro Navarro
Vicerrector Ejecutivo

Mtro. José Alfredo Peña Ramos
Secretario General



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

Red Universitaria e Institución Benemérita de Jalisco