

Jesús Martín-Barbero

DE LOS MEDIOS
A LAS MEDIACIONES

Comunicación, cultura
y hegemonía



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
METROPOLITANA

Casa abierta al tiempo



7 1 8 7 9

ÍNDICE

Preámbulo a un mapa de las mutaciones comunicativas y culturales	VII
Prefacio a la quinta edición. Pistas para entre-ver medios y mediaciones	XXI
Prólogo, por Néstor García Canclini	XXXI
Introducción	XXXV

PARTE PRIMERA

PUEBLO Y MASA EN LA CULTURA: LOS HITOS DEL DEBATE

I. Afirmación y negación del pueblo como sujeto	3
1. El pueblo-mito: románticos <i>versus</i> ilustrados	3
2. Pueblo y clase: del anarquismo al marxismo	11
Asunción de lo popular en los movimientos anarquistas	12
Disolución de lo popular en el marxismo	16
II. Ni pueblo ni clases: la sociedad de masas	23
1. El descubrimiento político de la multitud	24
2. La psicología de las muchedumbres	27
3. Metafísica del hombre-masa	32
4. Antiteoría: la mediación-masa como cultura	36
III. Industria cultural: capitalismo y legitimación	42
1. Benjamin <i>versus</i> Adorno o el debate de fondo	43
Del logos mercantil al arte como extrañamiento	44
La experiencia y la técnica como mediaciones de las masas con la cultura	50
2. De la crítica a la crisis	59

IV. Redescubriendo al pueblo: la cultura como espacio de hegemonía	69
1. El pueblo en la otra historia	70
2. Cultura, hegemonía y cotidianidad	82

PARTE SEGUNDA
MATRICES HISTÓRICAS DE LA MASSMEDIACIÓN

I. El largo proceso de enculturación	97
1. Estado-nación y los dispositivos de hegemonía	97
Centralización política y unificación cultural	98
Rupturas en el sentido del tiempo	100
Transformaciones en los modos del saber	102
2. Cultura política de la resistencia popular	105
La dimensión política de la economía	106
La dimensión simbólica de las luchas	109
II. Del folklore a lo popular	112
1. Una literatura entre lo oral y lo escrito	112
Lo que pone el mercado	113
Lo que pone el pueblo	118
2. Una iconografía para usos plebeyos	122
3. Melodrama: el gran espectáculo popular	127
Entre el circo y la escena	129
Estructura dramática y operación simbólica	132
III. De las masas a la masa	137
1. Inversión de sentido y sentidos de la inversión	137
2. Memoria narrativa e industria cultural	139
La aparición del medio	141
Dispositivos de enunciación	143
Dimensiones del enunciado	155
Formato y símbolo	158
3. Continuidad y rupturas en la era de los medios	160

PARTE TERCERA
MODERNIDAD Y MASSMEDIACIÓN
EN AMÉRICA LATINA

I. Los procesos: de los nacionalismos a las transnacionales	173
1. Una diferencia que no se agota en el atraso	173
2. El destiempo entre Estado y Nación	175
3. Masificación, movimientos sociales y populismo	180

4. Los medios masivos en la formación de las culturas nacionales	188
Un cine a la imagen de un pueblo	191
Del circo criollo al radioteatro	194
La legitimación urbana de la música negra	198
El nacimiento de una prensa popular de masas	202
5. Desarrollismo y transnacionalización	206
El nuevo sentido de la masificación	208
La no-contemporaneidad entre tecnologías y usos	212
II. Los métodos: de los medios a las mediaciones	217
1. Crítica de la razón dualista o los mestizajes de que estamos hechos	217
La imposible pureza de lo indígena	219
La revoltura de pueblo y masa en lo urbano	224
2. La comunicación desde la cultura	236
Lo que ni el ideologismo ni el informacionalismo permiten pensar	237
Cultura y política: las mediaciones constitutivas	241
3. Mapa nocturno para explorar el nuevo campo	246
Acerca de la cotidianidad, el consumo y la lectura	247
La televisión desde las mediaciones	250
Algunas señas de identidad reconocibles en el melodrama	262
4. Lo popular que nos interpela desde lo masivo	267
Bibliografía	281
1. Teoría y crítica de la cultura	281
2. Historia política y movimientos sociales	282
3. Historia y modos de lo popular	283
4. Masas: sociedad, cultura y comunicación	285
5. Política, sociedad e ideología en América Latina	287
6. América Latina: massmediación y culturas populares	290