

OFICIO DE CARTÓGRAFO

Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura

Jesús Martín-Barbero

De cara al siglo XXI, Jesús Martín-Barbero, ciudadano latinoamericano nacido en España, recoge en este libro lo esencial de sus aportes seminales al estudio de la comunicación en América Latina, profundizándolos y reelaborándolos con la visión prospectiva que le otorgan, por una parte, treinta años de investigación y trabajo académico y, por la otra, su convicción de que estamos todavía a tiempo para darle forma a una sociedad más humana, a condición de que sepamos reconocer los elementos de futuro presentes entre nosotros y que esperan ser reorientados en esa dirección.

Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura nos ofrece una mirada diferente y enriquecedora sobre la comunicación, como uno de esos elementos de futuro cuya reorientación es imperiosa. Marcando nítidamente sus diferencias con cualquier reduccionismo empobrecedor, Jesús Martín-Barbero supera tanto la tendencia al monoteísmo tecnológico como la visión de la comunicación como herramienta exclusiva de la dominación socio-política.

Llamando en su auxilio a la Filosofía y a la Antropología Cultural, el autor va guiando al lector por los complejos terrenos del proceso de comunicación, en el que no basta investigar las tretas del dominador sino que, además, "aquello que en el dominado trabaja en favor del dominador".

Tanto la profundización de ese eje temático como los aportes del autor al estudio de las relaciones entre cultura de masas y cultura popular lo han convertido en un sujeto activo y singular del debate sobre la sociedad de la información, contribuyendo en forma destacada a la gestación y desarrollo de un pensamiento latinoamericano en la comunicación y la cultura.

Jesús Martín-Barbero ha ido realizando así su tarea no sólo de cartógrafo, sino que de explorador y descubridor intelectual, cuyos principales hitos podrá encontrar el lector en esta obra que el Fondo de Cultura Económica ofrece al público de habla hispana.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

AVENTURAS DE UN CARTÓGRAFO MESTIZO	9
DE CARTAS Y MAPAS NOCTURNOS.....	10
ALGUNAS "IDEAS FUERA DE LUGAR"	18
DES-TERRITORIALIZACIONES: LOS LUGARES-DESDE	
¿LOS QUE PENSAMOS?	25
UNA AGENDA DE COMUNICACIÓN CON EL NUEVO SIGLO	30

PRIMERA PARTE

AÑOS '70/'80: CONFIGURACIÓN LATINOAMERICANA DEL CAMPO	43
---	----

I. IDEOLOGÍA: LOS MEDIOS COMO DISCURSO DEL PODER	45
1. LUGAR DE PARTIDA: LA DOMINACIÓN QUE ANIDA	
EN LA TEORÍA	46
<i>La trama ideológica de los mensajes</i>	53
<i>¿Desde dónde hacemos investigación?: la persistencia de la teoría negada y la esquizofrenia de que se alimenta</i>	58
2. ELEMENTOS PARA UNA TEORÍA CRÍTICA DEL DISCURSO	65
<i>La cuestión del poder</i>	69
<i>La cuestión del deseo</i>	72
3. MITOS Y FARSAS DE LA INFORMACIÓN.....	76
<i>Informar es dar forma</i>	79
<i>De cómo el acontecimiento se convierte en narración-leyenda</i>	86
4. LA SOCIEDAD CONVERTIDA EN ESPECTÁCULO AUDIOVISUAL..	95
<i>Figuras del mundo y equivalencia en imágenes</i>	97
<i>El tele-ver y sus interferencias</i>	100
<i>De las imágenes al imaginario</i>	103

II. CULTURA: DESAFÍOS DE LO POPULAR A LA RAZÓN DUALISTA .	108
1. PROCESOS DE COMUNICACIÓN Y MATRICES DE CULTURA	109
<i>Una nueva agenda estratégica</i>	112
<i>La comunicación desde lo popular: perder el objeto para ganar el proceso</i>	121
2. PROPUESTAS PARA REIMAGINAR EL CAMPO	126
<i>De lo popular a lo masivo o la recuperación de la historia</i>	128
<i>De lo masivo a lo popular: las huellas de la memoria desactivada</i>	131
<i>Usos populares de lo masivo: entre la refuncionalización y el rediseño</i>	133
3. LAS CULTURAS EN LA COMUNICACIÓN DE AMÉRICA LATINA	136
<i>La inserción de las etnias en la modernidad capitalista .</i>	137
<i>Cultura popular y vida urbana</i>	140
<i>Identidades, desterritorialización y nuevas socialidades .</i>	146
4. ENTRE MEMORIAS POPULARES E IMAGINARIOS DE MASA	152
<i>Narrativa popular: las matrices orales</i>	155
<i>Las tradiciones que hablan en la radio</i>	161
<i>Matrices culturales de las que se alimenta la televisión .</i>	165
 III. TECNOLOGÍA: INNOVACIONES CULTURALES Y USOS SOCIALES .	 176
1. EL SIMULACRO DE LA MODERNIZACIÓN TECNOLÓGICA	177
2. LOS MODOS DE USO COMO FORMAS DE RESISTENCIA	186
3. TECNOLOGÍA Y CULTURA: UNA RELACIÓN NECESITADA DE HISTORIA	190
4. MUTACIONES CULTURALES: UNA TOPOGRAFÍA MOVEDIZA	196
 SEGUNDA PARTE	
AÑOS '90: PENSAR LA SOCIEDAD DESDE LA COMUNICACIÓN	205
 I. ITINERARIOS DE LA INVESTIGACIÓN	 207
1. COMUNICACIÓN: CAMPO ACADÉMICO Y PROYECTO INTELLECTUAL	209
<i>Nueva configuración del campo</i>	213
<i>La contradictoria centralidad de la comunicación</i>	218

2.	LA NUEVA TRAMA COMUNICATIVA DE LA CULTURA	225
	<i>Entre matrices culturales y mediaciones comunicativas</i>	226
	<i>Entre teoría y producción: otro ámbito de mediación</i>	232
3.	PERPLEJIDADES DEL FIN DE SIGLO Y DES-UBICACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	238
	<i>La institucionalización del campo y sus contradictorias consecuencias</i>	241
	<i>Cambios que des-ordenan y des-centran el campo de la comunicación</i>	245
II.	UNA AGENDA PARA EL CAMBIO DEL SIGLO	256
1.	IMAGINARIOS DE LA GLOBALIZACIÓN E IMÁGENES DEL MUNDO	258
	<i>Figuraciones del saber tecnológico</i>	258
	<i>Territorios: entre la levedad del espacio y el espesor del lugar</i>	264
	<i>Imaginaris de lo global</i>	269
2.	TRANSFORMACIONES DE LA EXPERIENCIA URBANA	273
	<i>Fenomenología de la experiencia</i>	273
	<i>Modernización urbana y cambios en la sensibilidad</i>	277
	<i>Modelo informacional y experiencia social</i>	285
	<i>Medios, flujos y redes: los nuevos escenarios de comunicación</i>	289
3.	DE LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN A LA MASSMEDIACIÓN DE LA POLÍTICA	298
	<i>Las paradojas del proyecto democratizador</i>	298
	<i>Por unas políticas culturales de comunicación</i>	305
	<i>El tejido comunicativo de la política</i>	311
	<i>La nueva visibilidad política</i>	318
4.	DESAFÍOS CULTURALES DE LA COMUNICACIÓN A LA EDUCACIÓN	325
	<i>Deslocalización de los saberes y esquizofrenia del mundo escolar</i>	332
	<i>Jóvenes malestares en la cultura</i>	337
	<i>Los retos culturales de la tecnicidad</i>	341
5.	INTEGRACIÓN EN GLOBALIZACIÓN: EL ESPACIO CULTURAL LATINOAMERICANO	345
	<i>El retorno de la cuestión cultural</i>	345

<i>Las industrias culturales en los procesos de integración.</i>	358
<i>Políticas para un espacio audiovisual latinoamericano . .</i>	364

III. OFICIOS DE LECTOR	382
1. RECONOCER Y ALENTAR VOCES NUEVAS	383
<i>Razón y pasión en la prensa popular</i>	383
<i>De la conquista de la ciudad a la apropiación</i> <i>de la palabra</i>	388
<i>Todas las voces. Educación y comunicación en el Perú</i> .	391
<i>La construcción simbólica de la ciudad</i>	395
<i>Relatos de la diferencia y la igualdad. Los bolivianos</i> <i>en Buenos Aires</i>	401
<i>Los niños como audiencias</i>	405
2. EMPUJAR LA APERTURA DE BRECHAS	413
<i>La comunidad desapercibida</i>	413
<i>Imaginarios urbanos. Bogotá y São Paulo:</i> <i>comunicación y cultura en Latinoamérica</i>	415
<i>Miradas latinoamericanas a la televisión</i>	418
<i>Comunicação e linguagem</i>	426
<i>Balsas y medusas. Visibilidad comunicativa y</i> <i>narrativas políticas</i>	431
<i>Cultura escolar, cultura mediática: Intersecciones</i>	441
<i>Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación</i> <i>en el siglo XXI</i>	446
BIBLIOGRAFÍA	457