

DE LAS MEDIACIONES A LOS MEDIOS  
Contribuciones de la obra de Martín-Barbero al estudio  
de los medios y sus procesos de recepción

Guillermo Orozco Gómez

DESDE MI MEDIACIÓN PERSONAL

En 1987, cuando terminaba mi tesis de doctorado en Educación en la Universidad de Harvard, llegó a mis manos el libro de Jesús Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones*. Fue lo primero que leí de él. Antes ya había escuchado su nombre en México, pero hasta entonces no había tenido oportunidad de descubrirlo.

El libro me llegó justo en un momento de "impasse intelectual" en el proceso de redacción de la tesis. La argumentación que yo desarrollaba en este trabajo consistía en explicar que no era detrás, sino frente a la televisión, esto es, en el proceso de recepción y no de producción, donde se realizaba la gestación de sentido en la comunicación, pero no acababa de cuajar. Los datos empíricos y su interpretación producto de mi investigación de la televidencia infantil y de las intervenciones que padres y maestros mexicanos realizaban en ella en su intento por resignificar las apropiaciones televisivas de los niños, si bien eran convincentes, no eran del todo contundentes frente al paradigma afinado y todavía hegemónico del Modelo de Efectos con el que usualmente se abordaba la investigación de la televisión. El peso específico de este modelo y del paradigma positivista que lo sustenta dominantes en Harvard, eran tan fuertes, que cualquier cuestionamiento parecía balbuceo, más aún cuando justamente ahí, en la Facultad de Educación de esta universidad se había gestado el proyecto Plaza Sésamo, cuyo éxito y aceptación mundial operaban cualquier esfuerzo por incursionar en perspectivas de investigación de la televisión que no fueran las requeridas para seguir desarrollando programación educativa. Lo que se requería en ese contexto de uso educativo de la televisión eran más datos sobre la influencia educativa de la programación instructiva que fortalecieran empíricamente el trabajo de diseño y producción televisiva.

No obstante, como latinoamericano me pareció que el problema educativo con la televisión era mucho mayor que su simple uso instructivo, en parte porque la influencia de la televisión en la educación no podía reducirse sólo a cierta programación, la estrictamente educativa, sino que provenía de toda la programación. Más aún, mi investigación me llevaba a considerar que la programación instructiva si bien tenía un efecto concreto en cierto tipo de audiencias infantiles, ese efecto era a la vez que minoritario, parcial. Los niños veían y ven cualquier tipo de programación. A veces incluso, no ven los programas educativos. Su interacción con el medio trasciende cualquier tipo de género programático o programa específico y su posibilidad de aprender de la televisión también.

En parte, el problema educativo definido "a la Harvard" me parecía también equivocado, ya que lo educativo no se halla condicionado por los insumos, sino en todo caso por los procesos. Lo que significa en el campo de la televisión y los demás medios, que es en las audiencias, no en el programa o el medio, donde se localiza el problema y desde donde debe gestarse su solución.

Como mexicano tampoco podía dejar de pensar en las condicionantes institucionales de nuestra televisión nacional. Televisa constituía y constituye un enorme monopolio y no tenía ni tiene interés en programación educativa y nunca ha reconocido su responsabilidad educativa frente a sus audiencias. Esto hacía y hace que los esfuerzos por producir una cada vez mejor programación de esta índole en un contexto marcado por los intereses mercantiles y consumistas, y por un régimen político autoritario que no permite la participación ciudadana en la definición mediática o cultural, si prospera sería en todo caso un esfuerzo marginal.

Por otra parte, me era claro y cada vez es más, que epistemológica y teóricamente no es posible aceptar que lo educativo se reduzca sólo a lo instructivo, a lo intencional de una programación por más exitosa y socialmente legitimada que ésta sea. Nuevamente mi investigación me mostraba que este género no dependía de la intencionalidad del emisor, sino de la resignificación que la audiencia le daba a cualquier programación televisiva. Resignificación que no era el producto directo de intervenciones específicas, sino la resultante de una negociación compleja a distintos niveles, desde el más específico del contenido y de las audiencias, hasta el más general de las instituciones, la cultura, la política y la economía en contextos históricos particulares.

Y fue justamente aquí, en esta encrucijada, donde la obra de Jesús Martín-Barbero me dio la clave, que sintetizo (de memoria) en una de sus propias frases: "No han sido sólo los paradigmas, sino los tercios hechos de América Latina los que nos han cambiado los objetos de estudio a los investigadores de la comunicación".

Descubrir esta idea, no sólo me dio la confianza necesaria para mi

planteamiento, sino que me ha quedado desde entonces como principio en mi trabajo como investigador de la comunicación. Sin comprenderlo cabalmente en ese momento, en que mi tesis estaba casi concluida, lo que me dio y me ha seguido proporcionando esa frase y junto con ella la obra de Jesús Martín-Barbero en su conjunto, fue la comprensión primero, y luego la confianza y aun certeza, de que no basta sólo con modificar una racionalidad de investigación —lo cual ya había hecho con mi tesis al abandonar la metodología cuantitativa y optar por una cualitativa que diera cuenta de los sujetos sociales y sus mundos— si no se modifica también una *sensibilidad* investigativa desde la que sea posible hacer preguntas diferentes y configurar objetos de estudio distintos, lo cual ha significado la mayor inspiración y a la vez desafío de su libro y de su personalidad.

Ante la dificultad de usar de manera sustancial su obra en ese momento para mi propia tesis, quise por lo menos plasmar su distintiva y oportuna contribución poniendo la frase mencionada como epígrafe de todo mi texto.

A diez años de estos acontecimientos, el significado de esa frase sigue siendo actual y quizá más relevante y oportuno aún que antes, ya que el dispositivo “posmoderno” de la comunicación y particularmente de los medios y tecnologías de información parece más que nunca montar una especie de autojustificación por la cual sólo lo que ellos vehiculan es lo comunicativo. Autolegitimación que se realiza por efectos hegemónicos con la correspondiente complacencia de las audiencias y de los investigadores, en este caso, de la comunicación.

#### DESDE EL CONTEXTO DE LAS MEDIACIONES

Si bien lo que algunos consideran ya como “paradigma de las mediaciones” en gran parte se debe al libro de Jesús Martín-Barbero y su influencia internacional, el concepto de “mediación” existía anteriormente como tal en los estudios de comunicación. En la literatura anglosajona, ya desde finales de los setenta, se encuentra la mediación en los procesos de ver televisión como sinónimo de “intervención”, específicamente referida a acciones conscientes de educadores y comunicadores por modificar la recepción televisiva.

En el contexto iberoamericano, ha sido el español Martín Serrano quien introdujo en los ochenta el concepto para referirse a la función de los sistemas comunicativos y particularmente de los medios masivos en relación con la realidad social. Para este autor existen dos tipos de mediación. El primero, es la mediación “estructural” que tiene que ver con la capacidad de los medios en tanto dispositivos de comunicación para conformar su apreciación de los hechos sociales. El segundo tipo, es la mediación “cognitiva” que se refiere a la capacidad de los medios de

conferir una determinada orientación a sus contenidos; lo que ahora llamaríamos representación mediática.

Lo que subyace de común a ambos tipos es que la mediación está referida precisamente a los medios. Así, en esta comprensión limitada, son los medios, los *mass media*, los que median el conocimiento y transmisión de los hechos sociales a las audiencias. En ese contexto, lo distintivo de la aportación del libro de Martín-Barbero fue y ha sido el descentrar la mediación de los medios para ubicarla, prioritaria aunque no únicamente, en la cultura. Este viraje radical ha significado —entre otras cosas— tener la herramienta conceptual necesaria para dar cuenta de todo eso que sucede frente o más allá de los medios o sin ellos, en la producción comunicativa y cultural de los sujetos sociales.

Al entender así la mediación, se abrió y se abre para la investigación de la comunicación y la cultura una nueva veta a través de la cual es posible explorar lo que sucede en los intercambios sociales cotidianos. Lo que sucede tanto entre las audiencias en sus intercambios mediáticos, como lo que sucede entre los miembros y sectores de una sociedad y una cultura. De esta manera, la mediación “con mayúsculas” es la propia cultura que a la vez que contexto es producto de la comunicación. Pero hay otras mediaciones posibles: la historicidad, los movimientos sociales, lo popular, la acción social de los sujetos, las identidades, la ciudad o el barrio.

Siendo central el tema de las mediaciones en Martín-Barbero, sin embargo, no ahonda en una definición muy elaborada de ella. En alguna parte de su obra sólo dice que “la mediación es el lugar desde donde se produce el sentido en la comunicación”. En otro texto posterior al libro aquí aludido, este autor es un poco más explícito cuando afirma que la mediación es:

[...] ese lugar desde donde es posible comprender la interacción entre el espacio de la producción y el de la recepción [ya que] lo que se produce [por ejemplo] en la televisión no responde sólo a requerimientos del sistema industrial y a estrategias comerciales, sino también a exigencias que vienen de la trama cultural y los modos de ver [...] La televisión no funciona sino en la medida en que asume —y al asumir legítima— demandas que vienen de los grupos receptores, pero a su vez no puede legitimar demandas sin resignificarlas en función del discurso social hegemónico<sup>1</sup>.

Enfocando en el contexto de la cultura y de las audiencias de los medios, lo que la comprensión de la mediación también posibilita es el tránsito de un concepto estático y generalista, y por tanto hasta cierto punto vacío, como es el de “contexto”, para asumir uno dinámico y productivo para la indagación empírica, que es el de “práctica social”.

---

1 Jesús Martín-Barbero y Sonia Muñoz (coords.), *Televisión y melodrama*, Colombia. Tercer Mundo, 1992, p. 20.

Sin proporcionar una definición precisa de lo que entiende por “práctica social”, nuevamente Martín-Barbero nos enfrenta a una sustanciación provocativa que nos permite comprenderla. Para él, una práctica social conlleva tres componentes o dimensiones. El primero es la “socialidad”, que entiende como esa dimensión interpersonal y colectiva que escapa a la racionalidad institucional —incluida la de los medios y tecnologías de información— y que se inspira y orienta en otras racionalidades —y yo diría también—, en otras sensibilidades como aquellas subyacentes en los afectos, en el poder, en la lucha, en la constitución de la identidad, en el género, en la etnia. “Socialidad —nos dice— es una trama que ponen en la escena de lo cotidiano diferentes actores sociales en su lucha por sobrevivir, relacionarse y mantener su identidad”<sup>2</sup>.

La importancia de entender esta dimensión de una práctica social radica en tener la posibilidad de prefigurar que más allá de determinismos y estructuras que condicionan desde las instituciones y la hegemonía la acción de los sujetos sociales, permanece esa capacidad de “estallamiento del sentido hegemónico”, aparentemente único, que se revitaliza en cada nueva interpretación o negociación de sentido, por ejemplo de los mensajes de los medios, y que a su vez es fagocitada por el carácter necesariamente polisémico de todo mensaje.

Una segunda dimensión de la práctica es la “ritualidad”. Por tal, Martín-Barbero asume esa permanencia que trasciende lo meramente espontáneo en la comunicación y que confiere a la práctica justamente su dimensión de práctica. Si en algunas ocasiones la ritualidad conlleva cierta dosis de mecanicismo, de mera repetición, su despliegue supone también una buena dosis de creatividad y de reflexividad en la medida en que las situaciones en que se manifiesta la ritualidad nunca son exactamente iguales, conllevan elementos nuevos, inesperados, que demandan reajustes y cierta improvisación.

Nuevamente, la importancia de esta dimensión es contar con la posibilidad de explorar empíricamente la expresión de los nuevos sentidos producidos por los sujetos sociales, en la medida en que éstos se manifiestan no como actos únicos y aislados unos de otros, sino como productos recurrentes en lapsos considerables.

La tercera dimensión de una práctica social, mencionada por Martín-Barbero, es la “tecnicidad”, que propone como esa característica que rebasando lo meramente instrumental, por ejemplo de los procesos de comunicación, permite desplegar nuevas sensibilidades y lenguajes. Esta dimensión no es por tanto externa o aleatoria a los procesos, sino que se presenta como parte consustancial de ellos. Es entendida como

2 Jesús Martín-Barbero, “De los medios a las prácticas”, en: Guillermo Orozco (coord.), *Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales* (México, Proicon. Universidad Iberoamericana), No. 1 (1990).

condición para el diseño de nuevas prácticas sociales en tanto que es el espacio de la transformación de las competencias perceptivas de los sujetos de las prácticas.

La "tecnicidad" al no quedar reducida a lo instrumental, permite no caer en la falacia de la disolución del proceso comunicativo en el vehículo de la comunicación. Distinguir que el vehículo no es el proceso permite comprender, por ejemplo, que la comunicación no queda determinada por los medios, ni mucho menos reducida a ellos. También permite resistir la hegemónica tentación contemporánea de reconsiderar si McLuhan tenía razón cuando dijo que "el medio era el mensaje". Pero, sobre todo, permite entender que la información en tanto soporte de la comunicación no puede ser su sinónimo, como desde hace algún tiempo ya se viene insistiendo en la literatura internacional, por ejemplo cuando se hace alusión a esa supuesta "sociedad de la información" en la que habitamos.

Desde el "espesor" y los "pliegues" de las prácticas sociales, Martín-Barbero desarrolla una propuesta concreta de investigación enfocada en el melodrama y aterrizada en Colombia<sup>3</sup>. Lo distintivo de esta propuesta radica, sobre todo, en entender que los usos de la comunicación no son individuales sino *sociales*.

La importancia de esta distinción estriba a su vez en el estallamiento que provoca en otro de los modelos tradicionales, el de Usos y Gratificaciones, con el cual se había querido contrarrestar y superar los límites que presentaba el modelo de Efectos de los Medios, ya que si bien en ese modelo se señalaban los usos, lo que constituía y constituye su motor y racionalidad son las "gratificaciones" individuales buscadas por atomizados miembros de la audiencia.

Con las prácticas sociales y las mediaciones como sustento conceptual, entonces, la propuesta de Usos Sociales conlleva y reafirma el vínculo existente entre sectores sociales participantes en una misma producción mediada de sentidos y significados en sus procesos comunicativos. A su vez, los usos anclan una "categoría analítica" que se ha vuelto fundamental para entender la producción comunicativa en la medida en que en los usos convergen las mediaciones y las prácticas. Conceptos éstos demasiado "pesados" para ser utilizados productivamente en el terreno por los investigadores de la comunicación.

Siguiendo esta racionalidad en el estudio de los productos mediáticos, otra de las consecuencias de la propuesta de Martín-Barbero consiste en que el énfasis investigativo se descentra de la interpelación directa de un medio a su audiencia, para reubicarse en la convergencia (de mediación y práctica) implicada en el uso, que hace posible develar la mediación a través de la exploración de los usos específicos de los referentes mediáticos en sectores concretos de audiencia.

---

3 Jesús Martín-Barbero y Sonia Muñoz, *op. cit.*

Lo anterior ha tenido repercusiones sustantivas en el estudio de la interacción medios-audiencias. Por ejemplo, en la línea actual latinoamericana sobre mediaciones y recepción se ha revitalizado el análisis de la recepción en función de las mediaciones y se ha generado una de las pocas "líneas de investigación" que ha contado con reconocimiento internacional y a la vez ha influenciado la apertura de diversas perspectivas concretas de investigación en países de la región<sup>4</sup>.

En el contexto del análisis de los procesos de recepción de medios, la propuesta original escandinava<sup>5</sup> enfatizaba y enfatiza todavía la recepción en tanto intercambio de significados, no en tanto usos de los referentes mediáticos. Si bien, en esta propuesta se entiende la recepción como proceso, no se hace énfasis investigativo en el proceso, sino en los resultados, en las "apropiaciones".

Esta perspectiva conocida internacionalmente como Estudios Críticos de Audiencias ha significado para la investigación de la comunicación una contribución sustancial en el terreno metodológico, desde donde se ha conectado con algunos de los componentes conceptuales del Modelo de Usos Sociales de la Comunicación propuesto por Martín-Barbero.

Justamente la simbiosis que se ha gestado entre la recepción y las mediaciones, comparable a la que existe entre el caracol y el cangrejo, ha permitido combinar una estrategia de investigación, "análisis cualitativo de la recepción de medios", esencialmente metodológica, con una propuesta teórica de exploración, "estudio de las mediaciones y los usos sociales de la comunicación", esencialmente conceptual. Hay una convergencia productiva específicamente entre esa metodología desarrollada desde y en buena medida circunscrita al ámbito de la televisión y sus audiencias, con esa otra racionalidad etnográfica de los usos y la producción cultural en la cual participan las audiencias más allá de la televisión —y los demás medios y tecnologías de información.

Y esto nos plantea una nueva llegada a los medios, una distinta mirada de los medios desde la mediación, que tiene que ver con esa sensibilidad inaugurada por Martín-Barbero.

#### NUEVAMENTE HACIA LOS MEDIOS

Nada más erróneo pensar que los medios masivos y tecnologías de información no son importantes en la obra de Martín-Barbero, todo lo contrario. Los medios por supuesto no son el todo, tampoco el punto de partida ni de llegada, pero en su obra tienen un lugar destacado.

---

4 G. Orozco, *La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina. Tendencias, perspectivas y desafíos del estudio de los medios*, Argentina, Facultad de Periodismo y Comunicación Social / Universidad de la Plata, 1997.

5 K.B. Jensen, "Qualitative Audience Research: Towards an Integrative Approach to Reception", en: *Critical studies in mass communication* (Estados Unidos, SAGE), 4:1 (marzo 1987).

En este punto, lo que inspira y sugiere el libro *De los medios a las mediaciones*, no es la anulación de la importancia de los medios, como algunos han interpretado, especialmente en la perspectiva de la “resemantización y la recepción activa” de la televisión, sino una nueva manera de verlos y un espacio distinto desde donde observarlos e integrarlos al esfuerzo por entender la comunicación y la cultura.

Esta nueva sensibilidad para abordar los medios, y la concepción misma de ellos como “fuentes de mediación” arranca con un reconocimiento de algunos mitos contruidos y difundidos alrededor de los mismos medios, como el “mediacentrismo” o el “marginalismo de la comunicación mediática alternativa” y también alrededor de la comunicación en general, como el mito del “comunicacionismo posmoderno”, para llegar a una propuesta mucho más integral. Propuesta que a la vez que parte de una mirada equilibrada, por la cual ni se les condena ni se les exalta, esto es, no se les prejuzga desde la moral, el conservadurismo, el intelectualismo, o se les exalta desde el tecnologicismo, simplemente se les observa, a veces, aun mientras se les disfruta, conlleva un reconocimiento de su importancia en la cultura y en la comunicación. Por esta razón me parece que los medios aunque no lo sean todo, sí son centrales en toda la obra de Martín-Barbero. Y es en y para la confluencia de los medios donde se halla una de sus mayores aportaciones.

Esta aportación radica, en parte, en una comprensión de ellos como dispositivos que revitalizan la comunicación, la cultura y los conocimientos en la medida en que enfrentan a las audiencias con su propia construcción de sentidos sobre sí mismas, esto es, sobre sus identidades y sobre su propia comprensión de su realidad, o sea sobre sus representaciones. En esta perspectiva hay un doble rompimiento. Primero, con el estructuralismo que enfatiza el concepto de “aparatos” desde donde se ejercería una influencia determinística en los medios y en su impacto en las audiencias, y segundo, con el funcionalismo que sustenta la existencia de relaciones necesarias entre medios y audiencias, y por tanto también determinísticas.

La distinción que se hace en *De los medios a las mediaciones* entre lo “masivo” y lo “popular” rescata esto último de una fusión justamente funcionalista por la cual los medios avasallarían todo el espacio comunicativo y cultural; a la vez otorga a lo popular una legitimación como objeto de estudio en sí mismo, ya sea relacionado o deslindado de lo masivo. Y aquí otra coincidencia de Martín-Barbero, esta vez con una de las propuestas centrales de la corriente de los Estudios Culturales de Birmingham, que inspirados en Williams y Hall también restituyeron a la cultura como tal, primero, y luego a la cultura popular, su legitimidad como objetos de estudio de los investigadores de las ciencias sociales.

Es entonces, dentro de esta distinción entre el mundo de los medios y el mundo de la cultura, que la obra de Martín-Barbero al diferenciarlos



sin negar ninguno, les reconoce su importancia específica y sus mutuas implicancias e interrelaciones. Como él mismo ha dicho en varias ocasiones, el desafío no es negar los medios sino producir a partir de ellos nuevos entendimientos tanto de los medios como de las audiencias. Conocimiento que no puede ser enmarcado dentro de acciones-reacciones o mensajes-efectos, sino de "mestizajes".

Es a causa de este concepto de mestizaje, clave en la obra conjunta de Martín-Barbero —aunque quizá no desarrollado aún en todo su potencial— que es posible encontrar algunas de las pistas más productivas sobre los medios. Una primera pista es la diferenciación entre las dimensiones "sustitutivas y constitutivas" de los medios<sup>6</sup>. Con esta diferenciación el autor distingue a los medios tanto como espacios donde se verifican o realizan sustituciones, por ejemplo de personajes y expresiones de la vida cotidiana de las audiencias, así como espacios en donde se difunden, se ponen a circular, se evidencian, se magnifican otras sustituciones y ausencias políticas y culturales. Por ejemplo, la ausencia de lugares políticos públicos o institucionales en los que se pueda debatir y resolver conflictos.

A la vez, los medios de comunicación son asumidos también en su dimensión constitutiva, como espacios que dotan de significación ciertas prácticas sociales. Legitiman posiciones, ofrecen imágenes y nuevos modos de identidad, construyen acontecimientos y por supuesto, representaciones de la realidad. En algún otro texto posterior al libro, Martín-Barbero dirá que los medios dicen a la gente a quién admirar y por qué, a qué tener miedo y con quién y con qué soñar. Así, mientras hay cierta coincidencia en esta pista con la propuesta del Modelo de la Agenda Setting, la diferencia quizá radica en que este modelo enfatiza más la parte constitutiva soslayando la sustitutiva.

Y es precisamente esta dimensión sustitutiva de la propuesta de Martín-Barbero la que cobra especial importancia desde la región latinoamericana en la medida en que los medios cumplen un papel de creadores y reproductores de silencios, a veces acallando burdamente las voces de los sectores más críticos o menos poderosos, a veces simplemente opacando con sobreinformación irrelevante la de por sí ya densa y oscura trama de los acontecimientos sociales.

Otra de las pistas que nos ofrece la obra de este autor para entender los medios, es la perspectiva del "género programático". Es a partir de entender que en tanto medios, sus contenidos se diferencian por ciertas reglas de organización discursiva, más que por tiempos de transmisión o canal, que hace de la comprensión del género programático una categoría analítica rica para explorar el tipo de referente mediático en la pro-

---

6 Jesús Martín-Barbero, "Culturas populares e identidades políticas", en: VV.AA., *Entre públicos y ciudadanos*, Perú, Calandria, 1994.

ducción de sentido de las audiencias. Por eso el énfasis en la investigación de los usos de la televisión está puesto en el género melodramático como tal, más que en una telenovela en particular, aunque el género se aborde empíricamente a través de la interacción de una audiencia concreta con una telenovela específica. Esta pista permite un acceso a la vez de contenido y forma de la producción mediática y facilita explorar los reconocimientos de la audiencia frente a los referentes mediáticos.

La importancia contemporánea de tomar al género programático como unidad mediática de análisis, en vez de programas concretos, estriba en la posibilidad de convergencia entre el esfuerzo investigativo y lo que parece la estrategia posmoderna de estructuración de la oferta, por lo menos televisiva. Así, además de la investigación de la telenovela, producto tan distintivo de la televisión de América Latina, se ha abierto paralelamente otra línea importante de indagación que enfoca el género telenoticioso.

No es casual que sean éstos los géneros actuales de investigación en nuestro continente. Las telenovelas y los noticieros son quizá junto con los deportes, los géneros televisivos más populares en nuestros países. En México, además, es justamente a través de innovaciones en la producción de noticieros y telenovelas donde se ha perpetrado la "guerra de las televisoras" y donde se sigue dando la competencia entre los dos consorcios existentes en ese país, después de la casi dictadura televisiva de Televisa por más de tres décadas.

Pero en parte, tampoco es casual la efervescencia de estos dos géneros programáticos, porque es precisamente a través de ellos, sobre todo, desde donde se están removiendo las identidades y el conocimiento sobre el mundo que nos rodea. Podría decir que lo que los medios sustituyen y constituyen lo hacen, no sólo pero sí principalmente, a través de estos géneros programáticos. Así también parece entenderse en los estudios sobre televisión más recientes en la literatura internacional<sup>7</sup>.

La sensibilidad que inaugura Martín-Barbero sobre los medios es entonces una sensibilidad cargada de una mirada equilibrada, a la vez crítica y tolerante, pero tremendamente curiosa que busca, sin personalismos intelectuales, explorar los medios de una manera integral, desde el contexto de sus mediaciones. De las que producen y son sujetos los medios y de las que son a su vez también objetos.

Desde y con esta nueva sensibilidad se está haciendo posible desde América Latina explorar la comunicación y la cultura, la construcción y aniquilamiento de identidades, la gestación de nuevas utopías ciudadanas y democráticas, siempre mestizas, siempre históricas.

---

7 K.B. Jensen, *News of the world: world cultures look at televisión news*, Inglaterra, Routledge, 1998.

## BIBLIOGRAFÍA

- JENSEN, K.B., "Qualitative Audience Research: Towards an Integrative Approach to Reception", en: *Critical studies in mass communication* (Estados Unidos, SAGE Publications), 4: 1 (marzo 1987).
- , *News of the world: World cultures look at television news*, Inglaterra, Routledge, 1998.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús, "De los medios a las prácticas", en: G. Orozco Gómez (coord.), *Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales* (México, Proicon, Universidad Iberoamericana), No. 1 (1990).
- , "Culturas populares e identidades políticas", en: VV.AA., *Entre públicos y ciudadanos*, Perú, Calandria, 1994.
- y Sonia MUÑOZ (coords.), *Televisión y melodrama*, Colombia, Tercer Mundo, 1992, p. 20.
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo, *La investigación de la comunicación dentro y fuera de América Latina. Tendencias, perspectivas y desafíos del estudio de los medios*, Argentina, Facultad de Periodismo y Comunicación Social / Universidad de la Plata, 1997.