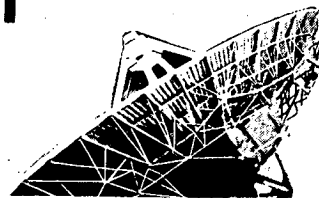




Jesús Martín Barbero

## De la filosofía a la comunicación

Luis Javier Mier Vega



**E**spañol de nacimiento pero colombiano por vocación, Jesús Martín Barbero ha realizado un largo recorrido intelectual que lo ha llevado de la filosofía a la comunicación. Esta entrevista pretende dar cuenta del itinerario que el autor de *Comunicación masiva: discurso y poder*, *Procesos de comunicación y matrices de cultura* y *De los medios a las mediaciones* ha recorrido en algo más de 20 años de investigación, sobre todo ahora que parece haber iniciado el camino de vuelta.

**¿Qué es lo que te llevó a la filosofía?**

La necesidad de abordar otro tipo de preguntas, otro tipo de preguntas que sólo muy superficialmente pude trabajar más a fondo en la tesis de doctorado que presenté en la Universidad de Lovaina. Me centré en la filosofía y no en la sociología como era mi intención, porque lo que me interesaba averiguar de fondo era por qué la gente soporta una situación de opresión tan grande, cómo hace para conservar la solidaridad, la capacidad de alegría, las ganas de vivir...

**Tu tesis doctoral, sin embargo, se tituló "La palabra y la acción". ¿Por qué te planteaste esa relación con el mejor camino para responder la pregunta?**

Porque quería averiguar cómo las razones de la acción se objetivan con el lenguaje, cómo a su vez el lenguaje es moldeado por los espacios de la acción y cómo la posibilidad de pensar esa relación entre ac-

ción y lenguaje desemboca en el proceso de la comunicación.

De alguna manera me acercaba ya a la necesidad de articular un discurso que fuera capaz de dialogar con la sociología y con la lingüística, desde un ámbito preciso como era la filosofía.

**¿Qué hiciste a tu regreso de Europa?**

Cuando regresé a Colombia en el año 73 me topé con unas facultades de filosofía que estaban en crisis, divididas por la pelea entre una izquierda recalcitrante y una derecha anticomunista, por lo que no encontré sitio. Y es que mientras los primeros me tachaban de estructuralista o de fenomenologista, los segundos me consideraban marxista.

Se me presentó entonces la oportunidad de abrir, de empujar mejor dicho, un área de investigación en una facultad de comunicación de una universidad privada. Allí no hice, en un primer tiempo, más que plantear las mismas preguntas que me había llevado a Colombia, pero reformuladas a la luz de la experiencia y de la reflexión.

El área que conformamos fue un área que tenía como horizonte fundamental el problema del discurso: tratado primero a través de una teoría del lenguaje, después de la semiótica y luego desde las posibilidades de investigación que esta disciplina ofrecía.

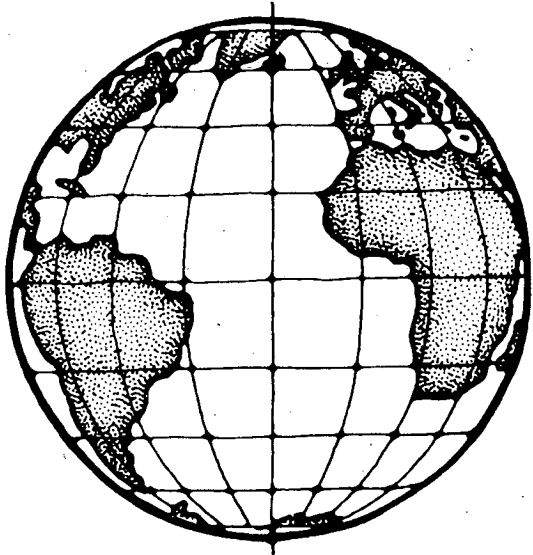
**¿Fue cuando te adentraste de lleno en el estudio de la comunicación?**

Mi encuentro con la comunicación se produjo desde una preocupación filosófica, pero aterrizada por la relación entre ideología y utopía, entre discursos sociales y culturas; y se produjo de una manera muy curiosa: el primer curso de semiótica que impartí en esa universidad, que probablemente fue el primero que se dio oficialmente en una universidad colombiana, fue un curso en el que, apoyándonos con textos sobre el lenguaje, pretendí que los estudiantes se hicieran de herramientas que les permitieran salir a la calle a estudiar los procesos de comunicación cotidiana.

Es decir, los puse desde un principio a investigar los procesos de comunicación que se daban en la plaza, en el mercado, en el cementerio, en la fiesta, en los ritos religiosos... Estas prácticas facilitaron que desarrolláramos una metodología elemental que permitiera relacionar el estudio de la constitución del sentido, de la producción del sentido, con los sentidos. Durante varios semestres el trabajo de los estudiantes consistió, en buena parte, en aprender a mirar, a oler, a escuchar, a palpar, los diferentes modos como se comunicaban las gentes en un mercado popular o en un supermercado.

**¿Fue cuándo te planteaste la necesidad de repensar la comunicación desde las prácticas sociales?**

Realmente fue gracias a ese tipo de trabajitos que encontré mi sitio,



mi papel en el campo de la comunicación. Me di cuenta de la necesidad que había de una teoría que no se restringiera al problema de la información porque aunque me daba cuenta de lo capital que se había vuelto la información en la sociedad, veía también que para la inmensa mayoría de la gente la comunicación no se agotaba en los medios.

Y si lo más importante para la gente no se agotaba en los medios, entonces yo no podía comprender lo que pasaba en la calle, en la casa, en la plaza o en la fiesta, a la luz de una teoría de la información. El problema no era que le faltara lógica o coherencia a una teoría pensada en términos de emisor, mensaje, receptor, código, fuente... El problema era qué tipos de procesos comunicativos eran pensables desde ahí.

¿Dónde estaba el emisor en una fiesta, en un baile, en un sacramento religioso?, me preguntaba. ¿Dónde estaba el mensaje y dónde el receptor? ¿Lo que había de comunicación en una práctica religiosa, como la misa, no tenía que ver más con otros modos, con otras dimensiones de la vida, con otras experiencias que desbordaban por completo las explicaciones de la teoría de la información? Fue entonces que percibí con claridad que hablar de comunicación era hablar de prácticas sociales, y que si queríamos responder todas esas preguntas teníamos que repensar la comunicación desde esas prácticas.

Eso significa desplazar el eje de las preguntas hacia el receptor

**en tanto sujeto, mirar el proceso de comunicación desde el otro lado...**

En el Primer Encuentro Latinoamericano de Escuelas de Comunicación, celebrado en México, me parece que en 1978, dije que si toda comunicación era dominación, resultaba imposible comprender el sentido de esta última si mirábamos sólo desde el lado de los dominadores; dije que teníamos que plantearnos que era en el dominado lo que trabajaba a favor de la dominación, y que teníamos que investigar —no la dominación— sino los modos de dominación, las complicidades...

**Lo cual era una herejía.**

Sí, y más si se toma en cuenta que propuse ir más allá de la dominación que se efectúa en la comunicación para estudiar la dominación misma como una forma de comunicación, y que por lo tanto la dominación no sólo estaba hecha con las opresiones de un sitio, sino que era más compleja, que suponía un juego de seducción de uno y otro lado.

Pero eso no solamente trastocaba muchas de las creencias de la corriente crítica latinoamericana, sino que planteaba un problema metodológico.

Precisamente la segunda idea que formulé en la conferencia apuntaba a pensar que la comunicación desde el análisis del discurso nos condenaba pensar la significación, pero no el sentido, porque para poder hablar del sentido de la comunicación hay que hablar del sentido que la comunicación tiene para la gente. El sentido es siempre la relación de un texto con una situación, con unos enunciadores en un contexto temporal y espacial. Me di cuenta de la imposibilidad de seguir pensando el sentido del proceso desde la estructura de la significación. La estructura de la significación es muy importante, pero más allá de ella e incluso para poder dar cuenta de ella, es necesario ver quién responde y qué hace con la pregunta, el mandato o la explicación.

**Lo cual de alguna manera te lleva al otro.**

Exacto. No en el sentido de otro

de lo mismo, sino realmente del otro, de ahí que me interesara en lo popular. Y es que en lo popular es donde realmente podemos abordar al otro; al otro como un sujeto radicalmente diferente, pero no aislado.

**Que ha sido como muchos lo han entendido...**

Porque es la manera fácil de recuperarlo al interior de una teoría de la cultura que para afirmar la diferencia "exotiza" al otro, excluyéndolo, dotándolo de una esencialidad que hace imposible cualquier comunicación verdadera.

Esta pseudoafirmación de la diferencia pretende que las clases populares se queden con su cultura porque es la verdadera, la no cargada de ideología, la no contaminada por los intereses mercantiles... Eso es lo que ha hecho tan difícil nuestro trabajo.

**¿Cuándo inicias el camino de vuelta? En los años 70 era una creencia generalizada en la academia que la cultura popular y la cultura de masas eran antagónicas. Y esto parecía una catedral muy sólida.**

Fue cuando preparé por primera vez un curso de estética de las prácticas de comunicación de las mayorías, y me topo con la imposibilidad de pensar esa estética desde la estética con mayúsculas, puesto que la estética con mayúsculas daba cuenta de la experiencia de la minoría. Ahí es donde descubro de una manera muy clara que la estética de las prácticas masivas tiene mucho más que ver con las culturas populares —con sus modos de vivir, de cantar, de jugar, de entretenerse, de quererse, de representarse el mundo y de narrarlo— que con la cultura letrada.

El concepto clave con el que rompo de una manera intuitiva que después me llevará años tematizar, es con el concepto de vulgarización. Encuentro que la cultura de masas vulgariza muy poco; que tiene menos que ver con los contenidos de la cultura con mayúsculas que con los contenidos narrativos, escenográficos, gestuales y dramáticos de la cultura popular.

**Remabas contra la corriente.**

Sí, porque encontré que la opi-

nión de que lo masivo había venido a violar la pureza de lo popular y que no se sostenía históricamente. A lo largo de 10 años de investigación fui descubriendo que la constitución histórica de lo que denominamos lo popular es también la constitución histórica de lo masivo; que lo masivo es una forma popular. Afirmar tal herejía me ha costado mucho, por cierto.

**No es para menos, ya que arremetes también contra el concepto de identidad, tan de moda en América Latina en los últimos años.**

Arremeto contra la idea de considerar a las culturas como esencias, como fidelidades que están por encima del tiempo y del espacio. Cualquier cultura viva es una cultura que está continuamente incorporando elementos de otras y siendo a su vez incorporada, atravesada por movimientos que vienen de otros espacios como la política, la economía o el mercado. Evidentemente la tentación esencialista es muy fuerte, sobre todo en épocas de crisis, pero no hay otra forma de afirmar la identidad que no sea arriesgándola; no hay ninguna posibilidad de afirmar la identidad que no sea afirmando, a la vez, la relación, la comunicación con otras culturas y la transformación que esto supone. Y es que la única forma de defender la identidad es transformándola. Cualquier tipo de barrera ortopédica es suicida.

El problema es que identificamos lo nuestro, lo propio, con lo indígena, y lo indígena con lo premoderno, con lo antimoderno.

**Con lo cual nos condenamos a un limbo histórico.**

Nos condenamos a salirnos de la historia. Evidentemente que, desde fuera, también se nos alentó a eso, a que nos convirtiéramos en países para turistas, donde lo nuestro son los monumentos del pasado y no lo que del pasado está vivo y nos permite seguir creciendo y madurando.

**¿Apuestas por la integración?**

En estos momentos ya no podemos dejar de reconocer que estamos insertos en el mercado mundial. El modo como hemos sido incluidos-excluidos es nuestra peculiaridad, es



la manera como históricamente se han producido nuestras formas políticas, nuestras instituciones. Eso ya es algo inalterable y no podemos echarnos para atrás o refugiarnos en un sitio que no haya sido tocado o penetrado. Aunque nos pese y por más rabia que nos dé, estamos en este espacio mundial de esta manera, y eso conforma ya parte de nuestro ser y de nuestro hacer. El problema ya no es decidir si nos integramos o no, sino cómo hacemos para integrarnos de una manera que no nos destruya, pero que sí nos transforme.

**¿Cuál es el papel que la comunicación juega en todo esto?**

Juega un papel estratégico. Los procesos de comunicación han cambiado el sentido de lo que tenemos por propio, de lo que tenemos por ajeno, de lo que tenemos por tradicional, de lo que tenemos por moderno, de lo que tenemos por universal y de lo que tenemos por particular.

**Quizás eso es lo que nos ha puesto en crisis. Hemos perdido la seguridad de los conceptos...**

Exactamente, y si uno anda de noche y sin luz, uno queda paralizado, uno no puede moverse porque no puede reconocer, no puede diferenciar, no puede nombrar. Reconocer, nombrar y diferenciar es hacer familiar lo que es extraño, es darle un sentido. De alguna manera creo que estamos sufriendo una crisis de ordenación del mundo, lo que vuel-

ve a la comunicación estratégica en tanto lugar desde el cual pensar.

**Tendríamos que convertirnos en intelectuales**

Los intelectuales siempre han sido un poco mediadores y sí, en la medida en la que fuésemos capaces de pensar las contradicciones, los bloques, las dinámicas de transformación de la sociedad desde la comunicación creo que tendríamos el derecho y la obligación de ser intelectuales, porque lo que está en juego son las relaciones entre la vía cotidiana y las grandes decisiones.

**Pensar desde la comunicación, sin embargo, plantea al menos dos líneas: una crítica y otra instrumental, porque también la instrumentación se hace desde y no hacia la comunicación.**

Diría que ese es el otro campo estratégico sobre el cual tenemos que reflexionar en los próximos años. Cómo estudiamos la tecnicidad, la operabilidad, el espesor y la ambigüedad de la producción; cómo la rescatamos como un problema teórico y no únicamente práctico' cómo asumimos que pensar desde la comunicación es pensar desde la tecnicidad, pero no la tecnicidad como instrumento, como artefacto, sino como saber, como discurso, como lenguaje...

Nota:

\* Entrevista tomada de la Revista mexicana *Umbral XXI*, 4, 1990.