



Foto: Cortesía Jesús Martín Barbero

Educación:

Martín-Barbero y la otra pedagogía

César Ulloa Tapia

*Ecuatoriano, licenciado en Comunicación Social,
investigador del CIESPAL.
proyectos@ciespal.net*

Pensar la comunicación desde el aporte de los estudios latinoamericanos significa, necesariamente, recorrer las manecillas del reloj a la inversa, pues los primeros intentos vienen desde la década de los sesenta del siglo pasado; época compleja y -hasta cierto punto- llena de cambios, debido a la irrupción del socialismo en el imaginario colectivo por la revolución cubana, las protestas de los estudiantes franceses en el recordado Mayo del 68 y la búsqueda imperante

Jesús Martín-Barbero comprende que los procesos de educación formal y no formal son importantes para el desarrollo de las sociedades y las culturas. La comunicación también es pedagogía.

del retorno al orden democrático en la mayoría de los países de la región. Es decir, la comunicación bajo el manto de los estudios latinoamericanos nació en un periodo histórico controversial y de grandes expectativas.

Figuras y referentes

Dentro de este contexto, al que varios analistas consideran un hito que se debatió entre la utopía y la esperanza, surgieron figuras y referentes del pensamiento en América Latina con una pedagogía diversa, irreverente y fresca para comprender los fenómenos sociales; sobre todo en los ámbitos social y cultural; pues a más de introducir en el debate académico categorías como *homogeneización*, *alienación* y *aculturación*, se intentó crear nuevas escuelas de pensamiento para aprender lo que sucede en la región, pero desde la misma región y no desde la relectura de los estudios culturales norteamericanos, ingleses y europeos.

Dicho en otros términos, América Latina trataba de combatir (si cabe el término) la dependencia extranjera, incluso, en materia de pensamiento, análisis y producción de conocimientos. Así, irrumpen en la academia desde diversas Ciencias Sociales, nombres como: Jesús Martín-Barbero, Daniel Prieto, Luis Ramiro Beltrán, Paulo Freire, Agustín Cueva, Eduardo Galeano, Alfredo Pareja Diezcanseco, entre otros, quienes al amparo de un trabajo individual, pero comprometidos en una cruzada colectiva, comienzan a reconocer, interpretar y producir teorías sobre los fenómenos que suceden. En lo que respecta a la comunicación, es imperioso decir que se proponen nuevos modelos sobre la base de los rasgos culturales de la región. La academia, en este sentido, entreteje cultura y comunicación para comprender la realidad.

La actitud de los pensadores latinoamericanos, por otra parte, sintoniza con las ideas políticas que recorren la región y el mundo; sin embargo,

no se quedan en la coyuntura pues germinan los primeros referentes conceptuales que alteran los paradigmas en la academia tradicional. El brasileño Paulo Freire, por ejemplo, empieza a construir la *Pedagogía del Oprimido*, en la que analiza el rol que cumple la educación en los procesos de desarrollo; procesos que -según su interpretación- se quedan en determinados círculos y que, además, son incompletos, pues el sistema solo deposita conocimientos, lo que impide que éstos se desarrollen y solucionen los problemas de la realidad. Es decir, se habla sobre una educación bancaria.

Jesús Martín-Barbero, a partir de la comunicación, también empieza a cuestionar el poder. En este sentido, introduce en sus aportes el análisis de discurso, que devino en uno de los libros clásicos: *Discurso y poder*. No obstante, él fue más allá hasta introducir categorías como las *mediaciones* para develar cómo funciona el sistema, siguiendo el mismo camino de los pensadores latinoamericanos pero desde su trincherita: la comunicación. Parafraseando a Barbero, se podría decir que las *mediaciones* son las formas que el sistema usa, articula, mejora y perfecciona para introducir maneras, patrones y comportamientos de ser, pensar, actuar y disfrutar en función de los objetivos económicos y políticos de la *cultura dominante o hegemónica*.

Bajo esta perspectiva, Barbero y los teóricos de la comunicación latinoamericana se van convirtiendo en los primeros cuestionadores del sistema económico, político y social de la época. Y pese a que tratan de mantener ciertas diferencias y distinciones con las escuelas norteamericana y europea, a las que acusan de excesivo pragmatismo y *logocentrismo* respectivamente, sin embargo son continuadores a su manera de teorías como la Crítica, que habla de un poder articulador capaz de crear una *cultura de masas*, para desviar la atención de los principales problemas, porque los actores están completamente seducidos e

hipnotizados por el consumismo debido a la intervención de las industrias culturales. Los padres de la *Teoría Crítica* son Horkheimer y Adorno.



Los medios son la principal fuente de información.

La academia palpó la influencia de los pensadores latinoamericanos. Así, en el transcurso de tres décadas, entre los 50 a los 80, la oferta de las universidades toma enfoques totalmente diferentes, sin que todavía se hable sobre el rol de las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Para Fuentes Navarro, la evolución del campo académico se resume en tres grandes modelos de formación de comunicadores (...), el "modelo de formación de periodistas" (cincuenta), el del "comunicador intelectual humanista" (sesenta) y el "científico social de la comunicación". El primer modelo de difusión internacional fue facturado por la (SIC) CIESPAL, que promovió la idea de la investigación centrada en los medios, con métodos procedentes de la sociología cuantitativa.... (Karma, 2003).

Como se puede observar, los aportes de los estudios latinoamericanos desde los sesenta permitió pensar al comunicador como un actor social, que más allá del cumplimiento de funciones periodísticas a la imagen de la primera escuela norteamericana de periodismo, sino más bien que los estudios latinoamericanos permitieron pensar al comunicador con una visión del mundo y la realidad diferentes, cobijado con un bagaje que le permite entender los fenómenos sociales y, por ende, ser actor en la vida de los pueblos, gracias a su interpretación y producción de nuevas teorías. En este caso, de la comunicación social.

Pero, el aporte de los estudiosos de la comunicación no se circunscribe únicamente a la articulación de teorías, pues asumen una postura política al comenzar el debate sobre la necesidad de establecer *Políticas públicas de comunicación* y nuevos modelos que expliquen la comunicación como lo hacen el boliviano Luis Ramiro Beltrán y el argentino Daniel Prieto Castillo. Estas propuestas surgen debido al descontento acerca de la programación de los medios, en donde la población mira que los principios de informar, educar y entretener son lejanos, además que los procesos para acceder a ellos son casi inexistentes. Vuelven a ser dirimientes en el debate educativo, cultural y político.

De los 60 al siglo XXI

El aporte de los estudios latinoamericanos de comunicación provocó repensar y crear nuevas escuelas del pensamiento en comunicación, reflexionar sobre el rol que cumplen la academia y los medios de comunicación, y la apropiación de la comunicación como un derecho y bien públicos. Sin embargo, desde los 60 hasta los actuales días, varios fenómenos sociales se reproducen con similares características, por lo cual es necesario encontrar ciertas convergencias entre las propuestas del ayer y el ahora. Esto no quiere decir, por cierto, que se desconozca el papel de las TIC y todos los fenómenos que se derivan de éstas en la configuración de la *sociedad de la información*, como habla Castells.

Entre las similitudes que se encuentra en el Barbero de ahora respecto al de sus inicios, se observa el papel preponderante que tiene la educación en sus análisis, para lo cual recoge y reinterpreta la teoría del brasileño Paulo Freire sobre la *Pedagogía del Oprimido*. Dicho en otras palabras, el mundo pudo cambiar en cuanto a la introducción de varias tecnologías e inventos en/para diversos órdenes, pero los problemas sustanciales persisten.

En su libro *La educación desde la comunicación*, Jesús Martín Barbero expresa: "La pedagogía se convierte, así, en política puesto que el acceso a la expresión y la creación cultural es experimentado por los alfabetizados como un proceso de lucha por hacerse reconocer en cuanto actores del proceso social. Si la libertad es indivisible, la conquista de la palabra se inscribe en la lucha por la liberación de todo lo que oprime. Solo

entonces adquiere pleno significado la divisa que Freire le dio a su aventura la educación como práctica de libertad". (Barbero, 2003)

La educación sigue siendo para Barbero uno de los escollos que impiden la puesta en marcha de un modelo de desarrollo, en donde la voz de los pueblos desde sus diferencias y diversidades permita consolidar estados libres y con acceso a los espacios desde donde se articula el conocimiento, pero a partir del respeto de sus propias visiones, prácticas y cosmovisiones. De ahí, que para Barbero sería la escuela uno de los primeros espacios de acceso a los conocimientos pero, únicamente, para quienes tienen una cultura letrada, no obstante el análisis no debería terminar ahí, debido a otro tipo de analfabetismo que cierra espacios a los pueblos, donde el acceso y uso de las TIC es escaso, exclusivo e inexistente.



Las TIC y los videojuegos deben ser educadores.

"La liberación de todo lo que oprime", como habla Martín-Barbero es una extensión de los objetivos de los estudios latinoamericanos de los 60, pero con características que traspasan la imaginación, gracias a los avances de las nuevas tecnologías. Paulo Freire miraría absorto, posiblemente, lo que sucede debido a que el analfabetismo ya no tiene que ver únicamente

por el dispar acceso a los centros de educación básica, sino también porque este otro analfabetismo digital está incluso en espacios, donde la gente sí tuvo acceso a la educación básica cuando no a los nuevos dispositivos informáticos y de telecomunicaciones.

Otra coincidencia entre el inicio y desarrollo de los estudios latinoamericanos de comunicación con la actualidad tiene relación con la propuesta de debatir y plasmar las *Políticas públicas de comunicación*. Esta idea recorre algunos países de la región, sin que se logre todavía aterrizar en algo concreto por criterios diversos de los actores inmersos en la comunicación de la academia, medios de comunicación, intelectuales, políticos y organizaciones de la sociedad.

Una tercera similitud desde los 60 y la época contemporánea tiene que ver con las críticas a la sociedad del consumo (*la cultura de masas*), planteadas en su momento por intelectuales de la región y de Europa. Jesús Martín-Barbero en el libro, *De los medios a las mediaciones*, describe el fenómeno del consumo a partir de la categoría de las *mediaciones*, que son "los dispositivos a través de los cuales la hegemonía transforma desde dentro el sentido del trabajo y la vida de la comunidad". (Martín-Barbero, 1998) Cuando se habla de la comunidad es imprescindible comprender que el término rebasa la idea de "unidad para lo común", sino que más bien expresa la idea que todos están inmersos en el consumo, más allá de las distinciones de estatus educativo, económico y social.

Por otra parte, habría que decir que estos "dispositivos" se han renovado en función de las nuevas características que la sociedad presenta por factores, como: el recambio de las fuerzas políticas y económicas en el mundo, la evolución de la ciencia y la tecnología. Y en el caso específico de este ensayo, de las telecomunicaciones y su grado de influencia en la población para introducir nuevas formas de vida desde el consumismo. En otras palabras, el análisis recae en el rol que cumplen las industrias culturales (medios de comunicación) para que este sistema se legitime mediante el flujo de la información, bajo el uso de todo tipo de productos, que van desde las películas, pasando por las novelas hasta las series y mundiales deportivos de todas las categorías, en donde se publicita una manera de habitar el mundo.

Martín-Barbero, cuando habla de "dispositivos", además, actualiza los criterios del ayer, pues la vida actual se somete a un orden, en el que la información es el punto de partida, llegada y viceversa en todo tipo de roles y funciones que realizan los actores desde espacios como el doméstico, pasando por el académico y laboral hasta el del disfrute y el ocio. Por lo tanto, los "dispositivos" que utiliza el sistema deben tener ciertas características para ser eficientes en la persuasión. Y este rol es cumplido por los medios de comunicación y las TIC. No podría haber consumo sin un "aparataje" que posibilite, renueve y produzca consumidores.

Mauro Wolf sigue la línea trazada por Barbero sobre la *cultura de masas* y llega a definiciones como ésta: "por encima de las diferenciaciones (de prestigio, jerarquía, convenciones, etc.) se delinea un terreno común, una identidad que constituye el sustrato de la *cultura de masas*: en la identidad de los valores de consumo. Sobre estos valores, la cultura de masas pone en comunicación los distintos estratos sociales. Al basarse y ser portadora de una ética del consumo, la ley fundamental de la cultura de masas es la del mercado y su dinámica es el resultado del diálogo continuo entre producción y consumo". (Wolf, 1996)

Culturas y TIC



En la ciudad hay muchas culturas distintas y válidas.

El mundo ha sufrido quiebres continuos debido a la configuración de un orden mundial que se pierde en la unipolaridad política-económica, pero que también evidencia una cartografía del poder diferente por el surgimiento de varios bloques y ejes de países que permiten -por

momentos- el equilibrio geopolítico. Estos quiebres han reflejado disputas entre los pueblos por factores económicos, políticos, sociales, culturales e incluso étnicos. A ello, habría que añadir la evolución científica en biología, genética, medicina, física y química y los adelantos tecnológicos en informática y telecomunicaciones.

Dentro de este escenario complejo, los estudios latinoamericanos de la comunicación no tuvieron, únicamente, que actualizarse sino que crearon teorías, análisis y categorías diferentes para entender un mundo también diferente; pese a las similitudes de varios hechos de fondo como se ha desarrollado líneas arriba. Los problemas del mundo, en cierto sentido, siguen siendo los mismos, pero envueltos en otras lógicas económicas, políticas y sociales.

Bajo esta perspectiva, el reto para los estudiosos fue doble: posicionar una postura regional y mundial, y reafirmar esta postura sin quedarse en los análisis de los años 60 y los años venideros. Estos dos escenarios demandaron un esfuerzo ingente, pues repensar los paradigmas de la comunicación implica reconocer, primero, y comprender, después, que el mundo es otro; sin embargo, los estudiosos han dado muestras que están dispuestos a reinterpretar sus teorías y reinterpretarse a sí mismos. Jesús Martín Barbero, Néstor García Canclini y Renato Ortiz están inmersos en esta postura, entre otros. Adelante se desarrollará el trabajo de estos autores en dos aspectos: la incidencia de las TIC en la vida cotidiana y en el mapa cultural de los pueblos.

Néstor García Canclini plantea en *Consumidores y ciudadanos* sobre las TIC y su relación con la cultura (1995) que, "la transnacionalización de las tecnologías y la comercialización de bienes culturales disminuyó la importancia de los referentes tradicionales de identidad. En las redes globalizadas de producción y circulación simbólica se establecen las tendencias y estilos de las artes, las líneas editoriales, la publicidad y la moda". En otras palabras, la tecnología abonó el terreno para que las manifestaciones culturales ingresen a procesos que van desde el mestizaje, pasando por lo barroco hasta posiciones de resistencia debido al flujo de la información.

Estas redes globalizadas de información, como manifiesta García Canclini, permiten que las

culturas estén expuestas y dispuestas a la mirada del "otro" y, que este "otro", las consuma a su manera, gracias a la circulación informativa que se genera, produce, circula y distribuye por parte de los medios masivos de comunicación y las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Es decir, el mundo se conoce, renueva, cambia, enfrenta y coincide desde las películas, novelas, comerciales de publicidad, series, documentales, donde se promocionan, sancionan y se venden formas de vivir, como lo manifestó Martín-Barbero en *De los medios a las mediaciones*.

La influencia de la información en el imaginario colectivo provoca que las costumbres, patrones y manifestaciones culturales de los pueblos sufran cambios, pues las personas ensamblan sus costumbres con las de los otros, las adaptan y adoptan como si fueran propias, muy suyas. Este proceso se conoce como mestizaje. Barbero agrega a lo de Canclini lo siguiente: "Una de las expresiones más fuertes y desconcertantes de la ciudad actual es el surgimiento de culturas desterritorializadas especialmente entre las generaciones más jóvenes. Hoy, nuestros hijos son indígenas de culturas que no son venezolanas ni colombianas ni antivenezolanas, sino de culturas densamente mestizas, hechas con pedazos y restos de las culturas locales y de las de otras muchas partes del mundo". (Martín-Barbero, 1999)

El poder y sus discursos, entonces, se manifiestan bajo procesos culturales, donde la persuasión funciona con el uso de los medios y las TIC, pues la información circula, se renueva y distribuye burlando las esferas de tiempo y espacio. Además, es imprescindible agregar que la información circula en los mismos formatos y contenidos para todo el mundo, bajo las dinámicas que imponen transnacionales de la información y la comunicación como la CNN, BBC, ABC, entre las más importantes. La circulación informativa mundial ha provocado, por otra parte, el maridaje entre las empresas de productos y servicios con transnacionales de la publicidad, lo que garantiza que se activen los "dispositivos" y las *mediaciones* de las que habla Martín-Barbero.

El sentido de la identidad, bajo estos criterios, está supeditado a los procesos de intercambio y circulación informativa entre las culturas, que no termina en el consumo cultural del momento

sino que es constante y periódico debido a la actualización y renovación de las manifestaciones culturales, bajo formas que no necesariamente pasan por el contacto físico entre las personas, pues las TIC y los medios permiten que los actores interactúen desde la esfera virtual. Entonces, habitamos un mundo donde la lógica del espacio físico es alterada por otro que carece de coordenadas. Está en todas partes.

En este mismo contexto, el brasileño Renato Ortiz plantea que el consumo introduce nuevas relaciones sociales debido a la mercantilización de la vida, así como un *quiebre de fronteras* debido a la manera como los medios burlan las esferas de espacio y tiempo, en un mundo que dejó de ser limitado en lo físico para ser mirado en lo virtual. En el primer aspecto, dice: "los hombres del marketing intentan convencernos que la globalización de sus productos se corresponde con una "humanización" de las relaciones sociales; en definitiva, los hombres tendrían a su disposición el mundo de la fantasía con el actual tanto habían soñado". (Ortiz, 1998)

Los estudiosos latinoamericanos de la comunicación tienen varios retos como los que se han mencionado, pero han sabido enfrentar esta época diferente, en la que era indispensable desaprender los antiguos paradigmas y empezar a reconocer la realidad en todas sus dimensiones nuevas. La diferencia es que ahora el mundo cambia a cada minuto y antes eso no sucedía. Eso lo saben Martín-Barbero y los demás.

Referencias

- García Canclini**, Néstor. (1995). *Consumidores y ciudadanos conflictos multiculturales de la globalización*. México: Ed. Grijalbo.
- Karma**, Tanius. (2003). "La comunicación en México elementos para el análisis del campo académico", en *Revista Estudios venezolanos de comunicación* #123.
- Martín-Barbero**, Jesús. (2003). *La educación desde la comunicación*. Bogotá: Norma.
- Martín-Barbero**, Jesús. (1998). *De los medios a las mediaciones*. Bogotá: Gustavo Gili S.A.
- Martín-Barbero**, Jesús. (1999). "Transformaciones del Mapa Cultural", en *Revista Ámbitos* #2. Sevilla.
- Ortiz**, Renato. (1998). *Otro territorio*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Wolf**, Mario. (1996). *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Ed. Paidós. 