

El legado de Jesús Martín Barbero al Campo de la Comunicación Participativa y para el Cambio Social

The Legacy of Jesús Martín Barbero to the Field of Participatory Communication and Social Change

O legado de Jesús Martín Barbero ao campo da comunicação participativa e da mudança social

Rocha Torres, Cesar

Cesar Rocha Torres

crocha@uniminuto.edu

Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO, Colombia

Mediaciones

Corporación Universitaria Minuto de Dios, Colombia

ISSN: 1692-5688

ISSN-e: 2590-8057

Periodicidad: Bianaual

vol. 17, núm. 27, 2021

mediaciones@uniminuto.edu

Recepción: 03 Noviembre 2021

Aprobación: 03 Noviembre 2021

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/670/6703547016/>

DOI: <https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.17.27.2021.447-450>.

Corporación Universitaria Minuto de Dios - UNIMINUTO



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional.

Cómo citar: Rocha Torres, C. (2021). El legado de Jesús Martín Barbero al Campo de la Comunicación Participativa y para el Cambio Social. *MEDIACIONES*, 27 (17). Pp. 447-450: <https://doi.org/10.26620/uniminuto.mediaciones.17.27.2021.447-450>.

Es muy poco lo que se conoce sobre el aporte del maestro Jesús Martín Barbero al estudio del campo de la Comunicación Participativa y para el Cambio Social. Hay un enorme consenso sobre su aporte al estudio de los procesos comunicativos, especialmente centrados en los sujetos y no en los aparatos o artefactos; pero no ocurre lo mismo frente a un campo como éste, que por mucho tiempo existió más desde las prácticas que desde las conceptualizaciones.

El primer aporte fue poner el debate sobre lo popular en un lugar distinto al que en las décadas de los sesenta y setenta se conocía. En estas dos décadas, la misma comunicación popular se concebía como el lugar o el proceso en el que las voces de los sectores populares eran legitimadas porque fueron reconocidas como válidas, necesarias y fundamentales para la construcción de una nación. En este sentido, lo popular se asumía como un grupo homogéneo, especialmente compuesto por comunidades rurales, con prácticas comunicativas no reconocidas.

También, por aquellas épocas e incluso en las actuales, en los países del sur del continente se relacionaba la comunicación popular con lo contra-hegemónico y/o alternativo. Así, lo popular era propio de la acción colectiva y el movimiento popular. Lo popular se asume como un tejido asociativo constituido para hacerle contrapeso al poder hegemónico y al poder mediático.

En una entrevista que le realizó Ciespal a Jesús Martín-Barbero, que fue publicada en la revista *Chasqui* (1983), el maestro Jesús presenta una mirada muy distinta sobre lo popular, la comunicación popular y las culturas populares, con las siguientes palabras:

[...] pero otra cosa es partir de lo que yo he partido, y es el hecho de que la comunicación popular nos exige plantearnos los procesos y los problemas de las culturas populares, de los conflictos que articulan esas culturas y, por tanto, de la imposibilidad de soñar una comunicación popular definida únicamente en términos positivos, ya que, planteado en términos de culturas y en términos de dominación y de conflicto, lo que vamos a encontrar en la comunicación popular no es ninguna receta, no es ningún esquema nuevo; es, indudablemente, un espacio de contradicciones, de ambigüedades, donde la resistencia y la impugnación conviven con la complicidad; conviven con la manera con lo que lo popular vive, paradójicamente, contradictoriamente, de su propio contrato (Martín-Barbero, 1983, p. 5).

Como se ve, la percepción sobre la comunicación popular es radicalmente distinta a las que se venían presentando en aquel tiempo. Asume a lo popular como “impuro”, lleno de matices, hibridaciones, con intereses distintos, cosmovisiones también diferentes y sentires variados. Jesús Martín estaba retratando así a unos sectores populares mezclados, especialmente aquellos que se constituían en las grandes urbes. Lo popular se re-construye en esos espacios, y por eso no deja de ser menos vital; al contrario, lo popular se hace más denso y más rico en expresiones creativas.

Esas expresividades creativas y esos otros sentidos que se le otorgan a las formas de relación son las culturas populares. Éstas son variadas, llenas de tradiciones, pero también de presentes y de expectativas de futuro. Son culturas que mutan permanentemente a medida que los sujetos se relacionan e interrelacionan. Las culturas populares se asumen como espacio de conflicto entre la crítica y el sometimiento, y entre lo tradicional y lo moderno. La fiesta, por ejemplo, es una mezcla entre lo tradicional y lo hegemónico, al pasar de lo “étnico a lo típico”.

El segundo aporte del maestro Jesús tiene que ver con la misma investigación en este campo. Jesús Martín sostenía en uno de sus trabajos más conocidos- “De la Comunicación a la Cultura: perder el ‘objeto’ para ganar el proceso” (1984)- que hay una obsesión por pensar el objeto de investigación de la comunicación (que normalmente son los medios) y de conocer cuál es la teoría que mejor define a la comunicación; frente a esto, plantea que hay que comenzar por escuchar cómo vive la gente, cómo se comunica la sociedad latinoamericana, así la teoría tendría que venir de los procesos comunicativos cotidianos.

Fue así, tal como lo expresó el maestro, como se ha constituido el campo de la comunicación participativa en América Latina. En muchas ocasiones, el estudio de esta comunicación es el resultado de las inequidades sociales en muchos países y de los conflictos sociales que resultan de enfrentar éstas, y otras, problemáticas. En este campo, la investigación parte de los procesos y no del “objeto”: de los procesos de transformación, de cambio, de resistencia, de construcción de comunidad; de las narrativas de la sociedad o de parte de ella, de sus contradicciones, de la convivencia y el conflicto, y de la manera particular de construcción de ciudadanías.

Aquí lo “popular” no es lo marginal, sino que su estudio implica la comprensión de un universo simbólico y de lucha contra las exclusiones de diversa índole. Así lo evidencia el maestro en el texto “Pensar la Comunicación en Latinoamérica” (2014), en el que rescata el trabajo investigativo de varias mujeres

latinoamericanas (como María Cristina Mata y Rosa María Alfaro, entre otras) que indagaron sobre la radio popular como espacio de construcción de subjetividades, imaginarios, socialidades, ritualidades, y como escenario de encuentro de los sectores populares.

La obra de Jesús Martín-Barbero se constituye en el gran capital científico de este campo. En un estudio que hicimos (Rocha, 2021) encontramos que el maestro Jesús es el autor más citado en gran parte de las ponencias presentadas en dos de los grupos de trabajo de este campo dentro de ALAIC (Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación), como son el de Comunicación y Cambio Social y el de Comunicación Popular, Comunitaria y Ciudadana, en tres de sus últimos congresos; y el libro “De los medios a las mediaciones: comunicación, cultura y hegemonía” es el texto más referenciado en estos trabajos.

El que se haya citado tanto a Martín Barbero como a su obra implica que hay un reconocimiento simbólico de su trabajo y un conocimiento del mismo por parte de los investigadores latinoamericanos. El capital científico no deja de ser un capital simbólico, como lo diría Bourdieu, dado que nombrar a Martín Barbero o a su obra se constituye para los investigadores latinoamericanos en una puerta de entrada para navegar por el campo de la comunicación participativa.

La comunicación y su relación con la cultura constituyen así un umbral en el que se habla de la comunicación entre los sujetos, de las diferencias entre la idea de comunicación y de información, de las tramas y el espesor de la comunicación y de las culturas populares; para adentrarse en el análisis de los procesos comunicativos participativos y transformativos.

Esta es una comunicación implicativa, transformativa y participativa que precisa de sujetos capaces de transgredir el orden establecido y de hacer visibles otras formas de narrar y de construir un “nosotros”, partiendo de las diferencias y de los disensos. Así fue como el maestro Jesús Martín-Barbero aportó a este campo: haciéndose, convirtiéndose o reconociéndose como un comunicador popular que desde el lado de los sujetos y las culturas populares rompió las barreras de los estudios de comunicación, al hacer notar que los individuos de los sectores populares y los movimientos sociales se comunican de formas distintas y significativas para ellos y para otros.

Hoy no está con nosotros, pero su legado quedará para siempre. Gracias a Jesús Martín-Barbero y, por supuesto, también a otros pioneros de los estudios de esta comunicación, este campo de la comunicación participativa ha nacido y surgido. Depende de todos nosotros el que se consolide.

Hay una frase que Jesús Martín Barbero recogió de Juan de Mairena, profesor creado por Antonio Machado, a quien a su vez se la contó un aceitunero sevillano: “Todo lo que sabemos lo sabemos entre todos”. Esa frase deja ver su legado: asumir a la comunicación como un proceso que se da “entre” los sujetos.

REFERENCIAS

- Martín Barbero, J. (1983). Comunicación popular y los modelos transnacionales. *Chasqui*, (8), 4-11.
- Martín Barbero, J. (1985). De la Comunicación a la Cultura: perder el “objeto” para ganar el proceso. *Signo y Pensamiento*, 3 (5), 17-24.
- Martín Barbero, J. (2014). Pensar la Comunicación en Latinoamérica. *Redes.com*, (10), 21-39.
- Rocha, C. (2021). *El campo de la comunicación participativa en América Latina*. Bogotá: Editorial Uniminuto, en proceso de publicación