

“La política tiene que cambiar mucho para hacerse cargo de las nuevas dinámicas de la cultura”

Entrevista a Jesús Martín-Barbero, investigador de la comunicación.

Si hace 14 años Jesús Martín-Barbero proponía hablar de mediaciones en lugar de medios, y revolucionaba así los estudios sobre comunicación, hoy reflexiona en torno a las múltiples relaciones entre la cultura, la comunicación y el contexto global. En esta entrevista, Martín-Barbero aboga por la necesidad de cambios en las políticas culturales. Éstas, según dice, no deben diseñarse sin estar atentas a las transformaciones sociales y culturales. La redefinición de las identidades, los cambios en lo local, la situación de los Estados-nación en el contexto de globalización y el papel de los medios de comunicación en este entorno, entre otras, son algunas de las ideas que se desprenden de la conversación con este investigador.

En uno de sus últimos textos, usted define la globalización como una mezcla de pesadillas y esperanzas. ¿Cuáles serían las pesadillas y cuáles las esperanzas?

Desde que escribí ese texto han pasado cosas que me han demostrado que la relación entre pesadillas y esperanzas es más compleja de lo que yo pensaba. Son muchos y muy diversos los procesos que, de alguna manera, se entrelazan con dinámicas contradictorias en eso que llamamos globalización. Procesos que además no van en la misma dirección, que tienen ritmos muy diversos y que se articulan en algunos momentos. No es fácil separar lo que hay de pesadillas y lo que hay de esperanzas. El proceso que más densamente articula a los otros es eso que Manuel Castells llama “Revolución Informacional”.

La pesadilla tiene que ver con el hecho palpable, sobre todo en América Latina, de que la globalización camina hacia una mayor exclusión social, cultural, de países, organismos, instituciones, millones de personas, etc. Esto se debe a la orientación neoliberal de este fenómeno. Considero que la primera dimensión de la pesadilla es que ahora América Latina está mucho más dividida, enfrentada a la pesadilla que es el Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA). Esta propuesta norteamericana es puro libre comercio y no quiere saber nada de dimensiones políticas y sociales, ni culturales. Parecería que no queda más futuro que seguir divididos y ser absorbidos individualmente, o bien ser absorbidos como continente.

Otra dimensión de la pesadilla de la globalización es esa que ya percibíamos, pero que se ha hecho más intensa después del bombarzo del 11 de septiembre. Se trata del crecimiento, acumulación, intensificación del resentimiento, de odio, rabia, ante esta explotación, ante esta exclusión. Esto no tiene nada que ver con Bin Laden, que representa un fanatismo religioso, como hay tantos y, claro, un fanatismo muy peligroso. Pero de alguna manera emerge detrás de todo esto la dimensión de desesperación y rabia que va a ir acumulándose en paralelo a la exclusión social y cultural.

Entre las esperanzas, está todo lo que significa la mundialización de la justicia -caso *Pinochet*-, toda esta cantidad de movimientos que están haciendo que la primera figura de lo que sería un gobierno del mundo se esté dando en términos de justicia, de que ya no se pueda escapar a la solidaridad mundial para construir tribunales, instituciones. Estas instancias no sólo son capaces de castigar a los más conocidos, sino también de obligar a los gobiernos de cada país a hacer cosas que no harían por sus propias lógicas. Hay una presión mundial: lo que no se está haciendo desde la ONU, manejada sólo por unos pocos países, se está dando en esta convergencia y entrelazamiento entre instituciones locales y mundiales. Junto a eso, hay una densificación de las redes sociales. Por ejemplo, en América Latina cada vez hay más emisoras comunitarias que se están bajando programas de radio de otros países. Se está dando, por tanto, un intercambio enormemente enriquecedor. Éste es otro hecho esperanzador de democratización. Aquí la tecnología juega a favor de la esperanza.

Ante este panorama de globalización, ¿cómo se está dando este revivir de lo local?

Sin duda se está dando un revivir de lo local. Pero un revivir que no es mera reacción. Hay identidades reactivas, que tienden a fundamentalismos y a guetos, y hay identidades proactivas. En nuestros países la mayoría están ligadas a proyectos de acción, a pesar de las situaciones tan extremas como los conflictos bélicos.

Hay una especie de saber práctico, de nuevo sentido común, en este exponerse a otras culturas. Así, a partir de este exponerse, lo local está saliendo de la exclusión. Estados Unidos aún tiene la hegemonía en el campo audiovisual, pero creo que no se está formando una única cultura global; lo que se está dando es una transformación muy fuerte de las culturas locales. Es decir, las condiciones de existencia de las culturas locales son distintas, están mucho más expuestas, se han vuelto más vulnerables. A la vez, estos cambios las están empujando a la imaginación, con lo que

hay un fortalecimiento de la dimensión creativa frente a la conservadora. Para estas culturas locales, la mejor manera de sobrevivir es transformarse.

Los cambios a nivel local y global requieren un replanteamiento de las políticas culturales.

¿Se puede hablar de una transformación de estas políticas?

Las políticas culturales se están modificando muy lentamente, muy a trompicones, muy detrás de la realidad y muy atadas a los compartimentos que traza todavía la política formal. Me refiero a la relación educación, cultura y comunicación, en la que la educación ocupa un lugar estratégico. Cualquier política cultural, de comunicación o educativa debe tener en cuenta las otras dimensiones. Por ejemplo, para hacer una política educativa hay que tener en cuenta la transformación tecnológica y los cambios en la idea de cultura.

Lo que pasa actualmente es que cada Ministerio va por su cuenta, convirtiéndose así en un feudo de poder político. No hay un acompañamiento. Por otra parte, nuestros gobiernos, y me refiero a América Latina, todavía no han podido asumir las posibilidades de unas políticas que no sean sólo hacer leyes y que supongan negociaciones con diversos actores del mundo cultural, político, económico, etc. Hacer política es negociar con el actor mercado, pero también con el actor social: fundaciones, ONG, actores independientes, etc. Esto hace, por ejemplo, que en América Latina no podamos ver el cine que se hace aquí, sólo el que logra entrar en los grandes circuitos comerciales. En cada país, en México, Colombia, Perú, etc. hay pequeñas distribuidoras independientes.

Realmente, el ámbito político necesita cambiar mucho en cuanto a cultura política, en cuanto a concepción de lo que es hacer política hoy. He encontrado en Cataluña, en los políticos, una noción de mercado-estado, público-privado, que echo mucho de menos por aquí. Primero, porque hay una noción en lo privado de las funciones públicas. Y segundo, porque en lo público hay un saber negociar con el ámbito privado. En América Latina aún tenemos una separación maniquea entre lo público y lo privado. Lo público es sinónimo de corrupción, de ineficacia, ¡como si en el ámbito privado no hubiera corrupción! Es la política la que tiene que cambiar mucho para hacerse cargo de las nuevas dinámicas de la cultura.

Hasta el momento hemos visto que tanto la dimensión local como la global están transformándose. ¿Cómo se ubica la cultura nacional en este contexto de cambio?

La cultura nacional está cada vez más desubicada. El caso colombiano ofrece una situación muy peculiar. Hay un gran movimiento, no identitario, no dirigido por nadie, que es cada vez más consciente de que en la cultura están muchas de las dinámicas que pueden sacar al país de la situación de desgarramiento. Evidentemente, este proceso sucede en otros países, pero en Colombia, por su situación extrema, se hace más visible.

¿Hasta qué punto la desubicación de lo nacional se puede explicar por la redefinición de las identidades?

Esa es la clave. Indudablemente es la noción de identidad la que se tiene que desarrollar. Hasta hace unos años, si a alguien se le preguntaba 'tú quién eres', la respuesta más común iba ligada a la nacionalidad –'soy español', 'soy colombiano', etc.-. Era la identidad por antonomasia. Ahora uno puede responder diciendo: 'soy mujer', 'soy homosexual', 'soy creyente', 'me gusta el fútbol', etc. La identidad ya no es una, sino que está formada por múltiples dimensiones. La identidad que se pone por delante es distinta según con quién se esté hablando. Claro que esto es consecuencia del descolocamiento de los estados nacionales.

Las condiciones de existencia de los estados nacionales cambian radicalmente por las alteraciones en su capacidad de decisión. Por ejemplo, el Estado español se agarra del campo de la educación porque éste es el único que le queda. Se le ha escapado de las manos la economía –la manejan desde Bruselas-, y la cultura queda en manos de las industrias culturales. ¿Qué le queda al Estado? Creo que un buen ejemplo de esto lo tenemos en la ley de universidades promulgada por el Ministerio de Educación español, que es absolutamente troglodita, franquista y centralista.

Por tanto, la cultura cada vez más está presionada por las dinámicas de globalización, y a la vez, los individuos ya no viven la identidad de manera monoteísta ni desde lo nacional ni desde ninguna otra instancia.

Podemos decir, entonces, que la política nacional se aleja de la sociedad civil.

El Estado nación se ha quedado chico para las cosas grandes y resulta grande para las cosas chicas. La política nacional no está sabiendo reubicarse en este nuevo espacio que es el mundo. La categoría central de las ciencias sociales durante el último siglo y medio fue la de Estado-nación, y esto no es malo; pero ahora esta categoría no está sabiendo reubicarse, dada la fuerza que están tomando las culturas locales, y la reconfiguración de las identidades subjetivas.

Lo que esto tiene de preocupante sobre todo en los países de América Latina es que la desarticulación de lo nacional no es compensada a otro nivel, como es lo que sucede en Europa: en la que los países viven una compensada estabilidad por la existencia de la Unión Europea. El problema es que el desmantelamiento de lo nacional en América Latina es muy ambiguo: por un lado, libera las energías de lo local, posibilita contactos a nivel mundial; pero por el otro, hay decisiones que no se pueden tomar desde otras instancias que no sean los Estados. Y debilitar el Estado es debilitar lo público.

Se produce, pues, una doble desarticulación por parte de los estados de América Latina. No trabajan lo público a nivel político, pero tampoco a nivel social. La situación en Europa es distinta: el Parlamento Europeo goza de una cierta legitimación en temas como la justicia, el terrorismo, los derechos humanos, etc.

En Europa, lo nacional pierde capacidad de adaptación, pero la pierde en función de otro nivel de delegación desde donde actuar: un nivel supranacional. Lo peligroso en América Latina es que la debilitación del Estado se produce solamente a favor del mercado. Éste es el único que sale ganando. De algún modo, lo local también gana, pero se encuentra muy preso de los viejos caciquismos territoriales, que también debilitan lo público.

Los medios juegan a dos bandas: por un lado, contribuyen a la diversificación de lo local, y por el otro, proporcionan cada vez más imágenes de otras partes del mundo. ¿Qué papel cree que juegan los medios de comunicación en la desubicación de los estados nacionales?

Aunque los medios juegan a estas dos bandas, deberíamos distinguir un papel específico para cada medio. No es lo mismo lo que hace la televisión, lo que hace la prensa y lo que hace la radio. Yo diría que lo que sigue siendo más nacional en el sentido tradicional es la prensa; en ésta todavía están los debates nacionales, a pesar de la fuerte presencia de lo internacional y la cada vez mayor presencia de lo local. La prensa es todavía la que, con muchos cambios, refleja el ámbito de la política, el ámbito de lo nacional. Supone el viejo orden renovado, pero todavía es el espacio de lo nacional.

La televisión es la que está al lado de lo mundial, no sólo en términos de contenido, sino sobre todo en términos de formatos, lenguajes, géneros, etc. Hay mucha más hegemonía norteamericana en el mundo de la televisión que en ningún otro. La televisión vive una contradicción

importante: por un lado, es la más vigilada por el Estado, porque es la que más penetra en los hogares; por el otro, es el medio que muestra en mayor medida los cambios de costumbres, las modas, los modos de vivir y actuar, etc. Es decir, la televisión pone otro espacio, un espacio del mundo, un espacio global, con tintes locales, con figuras locales de lo global, etc.

Y después está la radio, que es muy distinta en Europa que en América Latina. La radio es una mezcla, es el lugar más híbrido. En el panorama de la radio se aprecia un crecimiento de emisoras locales, aunque todavía persistan las grandes cadenas nacionales. La radio es un medio globalizador, sobre todo en el ámbito de la música. Es el medio más híbrido y más poroso, ya que en él permean las tres dimensiones: juega a lo local muy fuerte, mantiene las cadenas nacionales y, por último, se abre a lo global a través del mundo de la música, y crecientemente también el de la información.

¿Cómo cree que vive el ciudadano esta doble convivencia de lo global y lo local en los medios? ¿Cuál cree que es el papel de los medios en la redefinición de identidades?

Los medios de comunicación juegan un papel relativo en la redefinición de la identidad. Yo he sido muy reacio a atribuir un papel excesivamente fuerte a los medios. Creo que una cosa son los medios en Estados Unidos, donde la vida colectiva es mínima y las personas viven muy solas, y otra en América Latina, donde la vida colectiva es mucho más fuerte a pesar de la violencia. Hay que decir que mucho de lo que se ha dicho sobre el poder de los medios se escribió en Estados Unidos, el país en el que los medios eran más poderosos.

En América Latina, el papel de los medios en la vida real es relativo. La gente puede dar la sensación de que atribuye a los medios un poder que en realidad no es tanto. La simulación, como práctica cotidiana, es muy importante en estos países. Los medios tienen el poder que les otorga la gente, influyen en la medida en que son espacio del reconocimiento de los vacíos que deja la política y la Cultura con mayúscula.

Los medios de comunicación juegan un papel muy importante de modernización de las costumbres, con todo lo que esto tiene de contradictorio, dado que el discurso mediático es reanudable, reapropiado y reconfigurado.

La reconfiguración de la identidad se produce, sobre todo, en la gente joven. En América Latina, los jóvenes empiezan a vivir una situación de crisis de la familia, del trabajo y de la política, los tres mundos de los que antes extraíamos el sentido de la vida individual. Hoy estas tres

dimensiones empiezan a caer, y esto hace que los jóvenes estén más expuestos a los discursos mediáticos. No es que los medios tengan más fuerza, sino que los jóvenes los viven con mucha más intensidad. El mundo de la música es el ejemplo más claro.

Tratando un ejemplo concreto que vincule juventud y discursos mediáticos, ¿hasta qué punto podemos considerar que los medios de comunicación son motores de salida de los jóvenes migrantes?

Yo hablo de reconocimiento, porque el concepto de representación es mucho más racionalista. Es decir, hay que analizar cómo se ven reconocidos los jóvenes, los homosexuales, las mujeres, etc., en el discurso de los medios.

En la medida en que los medios de comunicación son capaces de crear sinergias entre las diferentes direcciones que están en juego, pueden polarizar esas energías y ponerlas en una cierta dirección, considero que los medios son actores importantes en las dinámicas del cambio social.

En este sentido, las migraciones son uno de los fenómenos más ambiguos, porque suponen un vivir casi sin anclaje. En general, las culturas de los jóvenes tienen muy poco de anclaje, aunque su relación con lo local sea muy parecida en lugares distintos. La vida de los jóvenes no está sólo en el barrio, está en muchos otros sitios.

Aquí podemos recuperar la idea de Margaret Mead de que no hay sólo migraciones en el espacio, sino también en el tiempo. Antes de radicar en otro espacio físico, los jóvenes ya han migrado a otras temporalidades. Los jóvenes habitan en un lugar en el que son conciliables una serie de dimensiones de lo real y lo imaginario, que para los adultos eran inconcebibles. En la actualidad, la gente joven es capaz de convivir con una serie de dimensiones muy diferentes, sin sentirse que con eso se provoca un cambio social, una revolución. Hoy las luchas de los jóvenes son personales: la experiencia no es de cambio del mundo, sino de cambio de la vida.

¿Cree que este convivir con dimensiones tan distintas se da en mayor medida en el espacio urbano?

Evidentemente, la ciudad es la mezcla de dos cosas: de lo ciudadano y de lo urbano. Lo urbano tiene mucho más que ver con la inserción en lo global. La ciudadanía tiene que ver con nuevas formas de hacer política, que no tienen que ver con la vida de políticos, sino con la de los

ciudadanos. Esto enlaza con lo que Michel Maffesoli ha denominado “nuevas formas de estar juntos”.

En la ciudad, se produce una recreación de la comunicación, ya que se reformulan los espacios y los tiempos de las relaciones sociales. Es indudable que el mundo urbano es un mundo conductor en el que se catalizan y cuajan una serie de mezclas. Además, el mundo urbano tiene un ingrediente importante que es la devaluación de la política del gobierno nacional. La ciudad todavía permite ciertos tipos de rangos, se caracteriza por una enorme complejidad que promueve nuevas formas de comunicación. Aquí deberíamos preguntarnos: ¿Cómo hacer que el espacio público sea un espacio en el que la gente produzca cultura?

Las ciencias de la comunicación han parcelado sus objetos de estudio promoviendo análisis que no toman en cuenta ni el contexto social ni el sujeto investigador, y centrándose en los medios de comunicación como actores descontextualizados. ¿Cree que la inexistencia de estudios transdisciplinarios ha sido un obstáculo para una comprensión en profundidad de los fenómenos comunicativos?

Yo diría que en América Latina hemos tenido mucha más libertad intelectual, como la que me permitió cuestionar la visión de los medios como objetos de estudio descontextualizados. La mayoría de la gente que en los últimos 20 años ha liderado tanto los estudios culturales como los de comunicación no son comunicólogos; son filósofos, antropólogos, sociólogos, etc. Yo diría que en este momento hay una situación muy difícil porque, a pesar de que la transdisciplinariedad está ganando en el mundo de la investigación, no lo está en las escuelas y los planes de estudio de comunicación. No es a través de la transdisciplinariedad que la academia y la política piensan la complejidad de los fenómenos sociales.

La necesidad de un abordaje complejo de la realidad social supone la participación activa de varias instancias sociales, entre las que se encuentran las universidades. ¿Cómo están viviendo las universidades estos cambios?

Las universidades están viviendo una desubicación tan fuerte como la que viven los gobiernos nacionales. En el campo de la comunicación y la cultura se produce una marcha atrás. El mercado absorbe a los profesionales, y las universidades se encaminan a las necesidades del mercado. No es que eso es que sea insano; lo insano es que sólo haya eso.

Hay una punta de lanza de la investigación que va en la dirección del pensamiento complejo, que no desprecia las estadísticas pero que sí aprecia la necesidad de hacer investigación cualitativa adaptada a los ritmos de la sociedad.

Aún así, se da una situación nefasta por dos cosas. Primero, el mercado cada vez más dicta lo que debe ser pensado. Segundo, el conocimiento se desocializa ante la dimensión práctica de la vida: hay una pérdida del horizonte social de la carrera de comunicación, que enseña a competir más que a reflexionar y proponer, a cuestionar e innovar.

Esta entrevista tuvo lugar el 3 de diciembre de 2001 en la ciudad de Guadalajara (México).

Catalina Gayà

Marta Rizo

Observatorio de Migración y Comunicación

Portal de la Comunicación InCom-UAB