

Castoriadis, Bello y Barbero. Entre la comunicación y la propuesta social

Mario Javier Pacheco García

Introducción

Como base para la tabla comparativa se tomaron los textos: Transformación Social y creación cultural de Cornelius Castoriadis, Comunicación y estética, de Gilberto, y Perder el objeto para ganar el proceso, de Martín Barbero, sugeridos por la doctora Claudia Patricia Mantilla, y que tocan la comunicación y la cultura desde ópticas y propósitos diferentes.

Cornelius Castoriadis, en concordancia con sus tesis de Socialismo o barbarie, presenta un texto filosófico de transformación social radical, en el cual proclama la dejación del pasado, por pasado y presenta argumentos para una sociedad autonomista. Es una crítica social directa sobre el desplome de los valores viejos, y la ausencia de creación en el modernismo y post modernismo, cuyas obras califica como de simple imitación de los genios de la antigüedad. Su iconoclastia destruye incluso el fundamento de la crítica y de los críticos y, en alguno de sus párrafos plantea que la firma del autor hace parte de la obra, como efectivamente lo hace, en nuestra sociedad mercantilista.

Gilberto Bello, en tanto, presenta una lectura sobre la comunicación y esboza un tríptico conceptual para abrir camino a las definiciones entre estética, arte y comunicación, esta última, como ciencia.

Martín Barbero, por su parte, retoma las ambigüedades indefinibles del oficio, o ciencia comunicativa y aterriza el criterio para una renovación estructural de la comunicación, a lo colombiano, desde su óptica de investigador universal y sus

experiencias antípodas. Bello y Barbero se refieren al conflicto de los nuevos ajustes en la comunicación, producto del desarrollo tecnológico y de la academia. Cornelius es ajeno a dicho conflicto.

El objetivo de los tres textos es puntual y remitido a públicos de condición diferente y con propósitos distintos. Cornelius lo dirige a un lector culto, europeo, que reconoce en el lenguaje filosófico el mensaje revolucionario, que se rebela contra el comunismo y las tesis de Marx y que esboza una atrevida y radical propuesta de nueva sociedad, fundamentada en el socialismo, que él llama autonomismo. Bello se dirige a sus estudiantes en una revista especializada y elabora una columna académica con intención de diferenciar la nueva y la vieja concepción de la comunicación. Barbero por su parte, se dirige al público en un espacio cerrado, y con la claridad que hace honor a su experiencia, de manera clara y pedagógica, expone las urgencias de la nueva comunicación y su incidencia como elemento orientador, manipulador y uso en lo político y lo social. Los dos últimos autores se enfocan en el tema de la comunicación y sus contextos, en tanto Cornelius hace una crítica de la sociedad y sus valores, para sobre ella fundamentar su proyecto.

La distancia entre los puntos de referencia de los tres, dificulta la elaboración de un cuadro sintético y entrelazado de su pensamiento. No obstante aquí se presenta la tabla, y en anexo aparte, en borrador que no hace parte del trabajo calificable, una desmembración, algo más extensa, de los conceptos que se plantean.

COMUNICACIÓN Y CULTURA A PARTIR DE TRES TEXTOS REFERENCIADOS

AUTOR	CORNELIUS CASTORIADIS	GILBERTO BELLO	MARTIN BARBERO
	Filosofo turco, 1922 – 1997 inspirador de mayo del 68. Abandona el marxismo. Socialismo o barbarie. Autonomista	Sociólogo, cineasta, docente de la Javeriana. Crítico teatral y escritor	Español, 1937, desde 1963 vive en Colombia. Doctor en Antropología, filosofía y semiótica. Autor de Los medios a las mediaciones
OBRA	TRANSFORMACIÓN SOCIAL Y CREACIÓN CULTURAL	COMUNICACIÓN Y ESTÉTICA	PERDER EL OBJETO PARA GANAR EL PROCESO
NUEVA Y VIEJA COMUNICACIÓN	El periodismo contemporáneo inventa cada trimestre un nuevo genio y una nueva «revolución» en tal o cual campo. Son esfuerzos comerciales eficaces para hacer girar la industria cultural, pero incapaces de disfrazar el hecho flagrante: la cultura contemporánea es en una primera aproximación, nula. Cuando una época no tiene sus grandes hombres, los inventa. (La comunicación)	En el hecho estético hay intención comunicativa. Barthes dijo que la estética es también un aprendizaje. La estética estaba reservada a las artes plásticas. Estructuralistas y semiólogos hicieron la renovación del discurso estético. Fue impulsada por literatos, dramaturgos, etc. Y fue tema de debate, revalorándose el concepto de que lo estético únicamente representa lo bello.	El espacio de la comunicación se volvió un lugar estratégico para pensar algunas contradicciones fundamentales del desarrollo en América Latina, y se pasó de pensar en el objeto propio de la comunicación, para observar los procesos reales en los que la comunicación se producía en América Latina.
En la comunicación, más que en ningún otro campo, se palpan de manera evidente, modificaciones que impresionan, motivadas en primer lugar por el avance de las tecnologías de la información y comunicación TIC, a puntos			

insospechados, y en segundo lugar, porque la academia irrumpe en el campo de su empirismo para revestirlo de ciencia y profesionalizarla.

Si tomamos como punto de partida, arbitrario, la década del ochenta, encontramos que era el tiempo del asombro de los bipers, los fax y la televisión en blanco y negro, los armatrostes de las cámaras Bolex y KCK40 de carrete, con películas TRI X. En el 87 aparecieron los primeros celulares, unas panelas pesadísimas, y en el 2003 los teléfonos inteligentes, los Black Berry. Hoy todo esto de hace veinte o veinticinco años, se consideran piezas para arqueólogos de la comunicación.

En el campo del periodismo, el empirismo campeaba. Los primeros periodistas reconocidos como profesionales, a los que se nos expidió tarjeta profesional, firmada por el mismo Ministro de educación, fuimos producto de la Ley 51 del 18 de diciembre de 1975, y debimos demostrar experiencia no menor a cinco años, en medios reconocidos y certificados, y pasar una serie de exámenes, cuyo evaluador principal era Alí Humar. El cambio ha sido vertiginoso, y el oficio se convirtió en ciencia, por eso las ambigüedades que no han sido despejadas del todo, y de las cuales hablan Bello y Barbero

<p>AMBIGUEDADES ENTRE ESTÉTICA Y COMUNICACIÓN</p>	<p>Las «obras del espíritu» ya están casi transformadas en ornamentos o monumentos funerarios. Sólo una transformación radical de la sociedad podrá hacer del pasado algo que no sea un cementerio visitado en forma ritual, inútilmente y cada vez menos, por algunos parientes desconsolados y maniáticos.</p>	<p>Definir estética es difícil y más definir comunicación. Campo de actividades contradictorias, generalmente conjeturales, que satisfacen solo a quienes las promulgan, por cercanas a sus intereses o puntos de vista. Estética y comunicación. Una hace parte de la otra? Es mayor la dimensión de la segunda?Cuál es el lindero entre la</p>	<p>Durante mucho tiempo hemos estado convencidos de que el problema gravísimo era no tener una teoría que nos dijera con claridad qué es comunicación. O a nivel de la especificidad profesional: ¿qué diablos hace un comunicador?</p>
---	--	--	---

		comunicación y La estética? La comunicación, en algunas de sus expresiones se mira en el espejo de la estética	
INFORMACION Y COMUNICACIÓN		En América latina signados por la necesidad de identificación y diferencia. Urgidos de expresión y sobre todo, necesitados de razonar nuestra realidad, la estética ocupa un sitio de importancia en los debates por la nueva comunicación	El primer paso adelante ha consistido sin duda en superar la visión estrecha pero segura que nos daba la conjunción entre comunicación e información
ESTÉTICA Y COMUNICACION	“La destrucción de valores” puede parecer inadmisibles tratándose de «cultura» en el sentido más específico y más estrecho de las «obras del espíritu» y de su relación con la vida social efectiva. No se propone quemar museos o bibliotecas. Mi tesis es que la destrucción de la cultura, en ese sentido, está ya avanzada en la sociedad contemporánea.	Se habla de búsquedas estéticas en la publicidad, el periodismo, con Thomas Wolfe, Truman Capote, García Márquez, Vargas Llosa y otros, el periodismo se ha convertido en un nuevo género literario, donde la palabra adquiere dimensiones reveladoras y poéticas. Con esto, para citar dos ejemplos, creemos que al interior mismo de la comunicación, en el hacer diario de los mensajes, la estética es una referencia obligada y necesaria	La esencia de la comunicación en América Latina no está en la semiología ni en la teoría de la información, sino en la puesta a la escucha de cómo vive la gente la comunicación, de cómo se comunica la gente. Al aceptarlo, aceptamos que hay que llegar a la teoría pero desde la opacidad, desde la ambigüedad de los procesos
POLÍTICA Y CULTURA	El problema de la cultura es una dimensión del problema político y el problema político es un componente de la cultura (Política entendida	La comunicación se estudia desde lo microsocio, es decir, expresión individual y lo macrosocio, expresión tradicional, histórica de una comunidad o un grupo de ellas	los procesos de comunicación se han convertido en un espacio estratégico de los procesos económicos, de los procesos

	como "institución global de la sociedad" Reflexión anticientífica.		políticos.
LA ESTÉTICA Y COMUNICACIÓN. TRANSFORMADOS DE CULTURA	Lo que está a punto de morir hoy, es la cultura «occidental»; cultura capitalista, cultura de la sociedad capitalista, pero que va mucho más lejos que ese régimen histórico-social porque comprende todo lo que ésta ha querido y podido recuperar de lo que lo ha precedido. Muere como conjunto de normas y de valores, como forma de socialización y vida cultural	Los comunicadores discuten la ampliación de los espacios de connotación y derivación. Asumen las formas permutables de la cultura y los sincretismos como reformulación de los esquemas tradicionales. Piensan en la estética como inserta en la cultura y la transformación de las formas materiales.. Lo que significa que cada cultura, desde su tradición e influencias y combinaciones adquiere una manera de ver y de sentir y una forma de expresarse	En los procesos de transnacionalización está jugando papel fundamental el nuevo estatuto de la comunicación. El espacio de la comunicación es hoy lugar estratégico para pensar algunas contradicciones del desarrollo en América Latina.
CREACIÓN CULTURAL Y AUTONOMÍA	Lo que está naciendo, desde hace más de dos siglos es el proyecto de autonomía social e individual. Proyecto que es creación política en su sentido más profundo, y del cual las tentativas de realización, desviadas o abortadas, han informado ya a la historia moderna. Revoluciones democráticas, luchas obreras, movimientos	Los teóricos de la región no solamente se han preocupado de delimitar la relación comunicación, arte y estética. Esperan dilucidar las manifestaciones de los sectores populares y su lectura de la realidad. Interesa descubrir cómo es posible la creación desde la cultura de la pobreza, desde donde es posible la estética de la resignación o de la resistencia. Todas las expresiones de la	La cultura de masa recupera matrices, modos de percepción de lo popular y los desactiva, los deforma, los despolitiza, los descontextualiza, los neutraliza, pero a través de todo eso sin embargo las clases populares se reconocen pues como dijo Dufrenne ya hace tiempo: "Las masas populares

	feministas, de juventud, de minorías «culturales», étnicas, regionales –dan prueba todas del surgimiento y la vida continuada de ese proyecto de autonomía.	ritualidad y la magia, que de suyo están dotadas de formas artísticas y estéticas, aparece como un universo de atracción para teóricos y estudiosos de la comunicación.	invierten en esa cultura su deseo y de ella extraen placer”.
QUÉ ES LA COMUNICACIÓN		Los comunicadores en la pretensión de alcanzar la totalidad, en su intento por integrar a la pobreza de su disciplina discursos de otros saberes, iniciaron la reflexión que ya progresaba en la antropología, la lingüística, la teoría de la cultura y la semiología. El campo de la estética se abre a los comunicadores como un abonado e interesante espacio de estudio.	En los años 60 quienes trabajaban en el campo de comunicación, los procesos que indicaban la aparición de nuevas tecnologías, dio cierto <i>boom</i> de los estudios de comunicación para responder al surgimiento de una figura profesional y a la cualificación de la nueva fuerza de trabajo que necesitaba nuestra sociedad. Hay que llegar a la teoría desde los procesos de comunicación, desde la opacidad.
LA NUEVA COMUNICACION		De otra parte, América Latina tiene un arte, que a lo largo de la historia se ha ido afirmando y reafirmado la realidad de nuestra insularidad, como decía David Alfaro Siqueiros. Estos productos también son objeto de estudio para los comunicadores interesados en progresar en el conocimiento del	El balance de cómo se encuentra en América Latina, el campo de la investigación, es delinear una especie de “mapa nocturno”, en el que más que ver se intuye, se siente por donde van las cosas, aunque quizás todavía no tenemos las palabras

		campo.	exactas para nombrarlas. Es evidente que no obedece al puro desarrollo académico, teórico, sino a las transformaciones sociales, políticas y económicas de estos últimos años en América Latina.
COMUNICACIÓN Y TRANSFORMACIÓN SOCIAL	El problema de su porvenir y de su «finalidad» -el problema de la transformación social en un sentido radical- queda evidentemente abierto. Hay relación íntima entre la creación cultural y la problemática social y política de nuestros tiempos.	La expresión lleva en sí misma una racionalidad inconsciente, pero siempre ubicada en una lectura de la naturaleza humana o exterior. Freud sigue teniendo la razón	Las nuevas tecnologías de comunicación hacen parte del cambio de significado de los procesos de transnacionalización, que han dejado de ser solo procesos económicos para convertirse en transnacionalización del modelo de producción mismo.
<p>MARTÍN BARBERO SÍNTESIS DEL PROBLEMA</p>			

Para Barbero, se construye la teoría de la comunicación en medio de golpes económicos y políticos, en medio de la precariedad de recursos de biblioteca o de recursos técnicos, desde las épocas de la euforia del “todo es comunicación”. Y más tarde cuando la palabra comunicación tomó su una carga de ambigüedad, porque para cada persona significaba algo diferente.

Barbero afirma que la confusión, que la ambigüedad fue positiva en cuanto puso de manifiesto la complejidad que la problemática de comunicación tiene.

La ambigüedad trata de aclararse en nombre de la ciencia. “Se reclama el paso a hacer ciencia, a recortar el campo; la conquista del concepto tiene su costo, y si se quiere hacer ciencia no hay más remedio que desembarazar todo el lastre ideológico que entrañaba esa confusión” El concepto “Todo es comunicación” se transformó en “la comunicación no es más que información”, y se pensó entonces, que si la comunicación es solo transmisión de información, finalmente se tiene una metodología capaz de medir y cuantificar, y de allí construir el modelo de la nueva comunicación, sin ambigüedades en su definición. “con claridad teórica y metodológica.” Afirma Barbero que es necesario “adoptar el paradigma informacional como paradigma modelo para pensar los problemas sociales” y en la búsqueda de la definición de “comunicación” mediante el modelo semiológico y la teoría de la información, condujo el tema a una postura positivista: en la que lo importante era el método y no los problemas que se estudiaban. Finaliza Barbero: “ Cuando lo único que realmente importa es si tengo un método, hemos llegado, yo diría, al límite de la alienación”

Plantea Barbero lo siguiente: Es evidente la necesidad de desplazamiento del concepto de comunicación al concepto de cultura, porque sigue atrapado en la problemática de los medios, los canales y los mensajes a un concepto de cultura en el sentido antropológico: modelos de comportamiento, gramáticas axiológicas, sistemas narrativos.

Llegar a un concepto de cultura que nos permita pensar los nuevos procesos de socialización. Sus sistemas de conocimiento, sus códigos de percepción, sus códigos de valoración y de producción simbólica de la realidad.

Para Barbero, es fundamental “empezar a pensar los procesos de comunicación no desde las disciplinas, sino desde los problemas y las operaciones del intercambio social, esto es desde las matrices de identidad y los conflictos que articula la cultura”

Afirma que se requiere “una historia de los procesos culturales, articuladores de las prácticas comunicativas con los movimientos sociales, que es, como lo popular se inscribe constitutivamente en el análisis de los procesos históricos.”