



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 1º – Director: **Dr. José Manuel de Pablos Coello**, catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](http://www.unilaguna.es) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)

Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

"LAS FACULTADES DE COMUNICACIÓN

NO PUEDEN RENUNCIAR A UN PROYECTO DE PAÍS"

CONVERSACIÓN CON JESÚS MARTÍN BARBERO

Cuando uno habla de Comunicación, mucha gente piensa que el cambio de las Escuelas de Periodismo a Facultades de Comunicación fue un invento de la izquierda latinoamericana

Se nos vienen encima grandes conglomerados que cada vez saben menos de Comunicación, pero que han visto en la Comunicación el gran negocio

Mucha gente no encaja porque las empresas de medios no quieren gente que venga a cuestionar y que venga a democratizar lo que está pasando. Lo que quieren es "cargaladrillos" que se pregunten muy pocas cosas sobre el mundo, sobre la vida y sobre el país. Cuanto menos se pregunten, mejor

Estamos ante la presencia cada vez mayor de un periodismo empresa rentable...

... y una universidad mediocre que no deja tiempo para investigar, que ni siquiera tiene profesores que ganan para comprar libros

Necesitamos profesionales que tengan un mínimo de herramientas para poder ubicarse en esta sociedad y que, sin ser maniqueos, sepan realmente que hay intereses colectivos e intereses privados, que hay intereses en la guerra y hay intereses en la paz. Lo mínimo es esto. Es que no pueden salir manejando únicamente cámaras, micrófonos y grabadoras sin que nada de esto apunte a entender mínimamente lo que está pasando en la sociedad

- Entrevista realizada por los profesores Julio Benavides, Jorge Iván Bonilla, Ana María Lalinde y Fabio López de la Roche publicada en "Signo y Pensamiento" No. 31 (XVI). Universidad Javeriana: Facultad de Comunicación y Lenguaje, 1997. Pp. 51-62. (Bogotá, Colombia) y reproducida con permiso expreso.
- Desde estas líneas, Rev. Latina Comun. Soc. desea dar las gracias por la amabilidad de "Signo y Pensamiento" por facilitar la reproducción de este trabajo.

Jesús Martín Barbero

Español-colombiano. Con estudios de doctorado de Filosofía de la Universidad de Lovaina y de postdoctorado en Antropología y Semiótica en París.

Ha sido profesor visitante de la Cátedra UNESCO de Comunicación en las Universidades de Puerto Rico, Autónoma de Barcelona, Sao Paulo y en la Escuela Nacional de Antropología de México.

Fundó el Departamento de Comunicación de la Universidad del Valle (Colombia), del que fue director. Ha sido presidente de ALAIC, miembro del Comité de Políticas Culturales de CLACSO y miembro del Comité Consultivo de FELAFACS. Asesor de las revistas Telos (Madrid), Sociedad (Buenos Aires), estudios sobre Culturas Contemporáneas (Colima), Diálogos de la Comunicación (Lima), Travesía (Londres) y Signo y Pensamiento (Bogotá).

* * *

Dos "lugares comunes" suelen orientar la discusión sobre la enseñanza de la comunicación y su vinculación con el campo laboral en Colombia. El primero es aquel que ha reducido las relaciones entre la academia y el mundo laboral a una pregunta tan tramposa como ambigua: ¿Más teoría o más práctica? El segundo, es aquel que se ha empeñado en continuar una vieja discusión entre quienes aseguran que no es necesario estudiar una carrera de comunicación para ser periodista y aquellos que defienden la formación académica de los comunicadores desde una perspectiva que busca ampliar la comunicación -y sus temáticas- más allá del campo *mass-mediático*. El resultado de esto ha sido la reproducción de un "diálogo de sordos" que en buena parte de los casos tiene más crítica visceral que de planteamiento racional, sobre todo en aquellos que, movidos por intereses particulares, han obtenido del derecho a la información y a la expresión pública de los ciudadanos el usufructo reducido de un "negocio", el negocio de la información.

Convoca esta entrevista con Jesús Martín Barbero la necesidad de debatir sobre interrogantes que desborden ese "diálogo de sordos". Por ejemplo, ¿cuál es el sentido de la formación teórica en una carrera que como la comunicación tiene tanto de profesión práctica? ¿Qué dimensiones de la vida social de un país como Colombia están pasando por la comunicación y sus sistemas de información? ¿Cómo formar comunicadores en un país en guerra y con un déficit tan dicente de convivencia democrática? Para las Facultades de Comunicación enfrentar tales cuestionamientos no pueden llevarnos, simplemente, a enterrar la "cabeza en la tierra" y señalar a los medios de comunicación como los únicos responsables del "desastre", pues aquí también habría que decir que muchas de las carencias en la formación de los comunicadores provienen de la ausencia de un proyecto ético, político y cultural de las mismas Facultades y de las universidades donde ésta se ubican.

Para "Signo y Pensamiento", esta entrevista con Jesús Martín Barbero apunta, entonces, al reto de recomponer la discusión cuando de pensar la enseñanza en comunicación y su vinculación con el mundo laboral se trata.

Los ingredientes del debate: Comunicación, campo social y universidad

JESÚS MARTÍN BARBERO: Quiero comenzar ubicando el tema de la formación de los comunicadores para este país. En el momento que está viviendo Colombia, decir comunicación es algo mucho más "ancho" que hablar del periodismo y de lo que hacen los periodistas, más aún cuando éstos son incapaces de entender qué es lo que se está jugando, ahora mismo, en la licitación de televisión, o en la licitación de la telefonía celular, para citar dos casos. Se trata de preguntarnos qué sucede en las Facultades de Comunicación y qué pasa en las empresas periodísticas para que haya este malentendido permanente entre lo que las escuelas de comunicación intentan, entre lo que hacen y entre lo que ven los de afuera, a partir de los resultados que presentan los egresados, porque esto ocurre en todos los países pero en forma diferente. En España, por ejemplo, nadie descalifica como aquí, por cualquier razón, a las facultades. He visto que se hacen críticas concretas sobre la masificación en las escuelas o sobre la imposibilidad de que los estudiantes realicen prácticas, pero nunca sobre las generalidades que se dicen en Colombia.

Es necesario entonces recolocar el tema, pues tampoco se trata de decirles a los periodistas: "dejen de decir generalidades y obviedades". Más allá de "las Marías", de Plinio Mendoza y de las tonterías que dice *El Tiempo* con sus separatas, lo que yo quiero plantear espero que sirva para que en las facultades de Comunicación se reflexione, en serio, sobre lo que estamos haciendo. Nuestro problema no es, por tanto, salir a pelear con los periodistas que afirman que la formación académica no es necesaria, pues nos podrían echar en cara muchas cosas en las que tendrían toda la razón. Y si, además, García Márquez viene a decirles que eso es verdad, que él aprendió a hacer periodismo en la bohemia bogotana, en los cafetines... ¿cómo se sale del enredo?

Por eso, quiero ligar esta problemática al nuevo papel que los medios de comunicación están cumpliendo en nuestra sociedad. Cómo cada vez, a su manera, más país aparece por ahí. Evidentemente no el país que nosotros quisiéramos que pasara, pero que pasa en otras dimensiones. Cada día estoy más convencido de que Colombia es un país en guerra, y a un país en guerra no se le puede tratar como a un país normal. Y en buena medida, los medios reproducen esa imagen. La pregunta es entonces, ¿qué enseñar en una sociedad en guerra que no nos conduzca a todos al suicidio, pero que tampoco nos tape los ojos? ¿Cómo hacer para construir un país que cuando se mire en los medios, vea algo más... ¿Posiblemente en la formación de comunicadores no hemos sabido hacerlo bien hasta ahora, de modo que lo que debemos intentar es formar

periodistas capaces de no lavarse las manos -como evidentemente se las están lavando muchos de nuestros críticos-, aunque hablemos sólo de algunas Facultades.

Jorge Iván Bonilla: Sin embargo, la crítica a las Facultades de Comunicación no sólo viene del periodismo. También existe un cuestionamiento muy fuerte que se traduce en la desconfianza que algunos saberes académicos tienen hacia la Comunicación. Según esto, pareciera que quienes estuvieran en el "ojo del huracán" de la crisis de la educación universitaria en Colombia fueran los comunicadores. ¿Cómo analiza usted a las Facultades de Comunicación entre esos dos fuegos?

JESÚS MARTÍN BARBERO: Al final del artículo que hicimos con Germán Rey ("Signo y Pensamiento", No. 30) sale algo de esto: Allí afirmamos que si el asunto es de baja calidad, el problema no es de Comunicación sino de la Universidad colombiana. No creo que sean peor las facultades de comunicación que las demás facultades de nuestras universidades. Yo pienso que en Colombia se ha vivido una situación muy extraña: en el lapso de unos quince o veinte años se ha pasado de la valoración social de cualquier tipo de título universitario como un "plus" social, a que éste no tenga ninguno. Yo recuerdo haberlo oído decir a Camilo Torres, dirigiéndose a los estudiantes, que ser universitario en este país era "plus" social en sí mismo y que ellos tenían que ser responsables de eso, en términos de conocimiento de aporte al país. En estos años la situación ha cambiado y, querámoslo o no, de la apertura no confesada a la apertura económica explícita y a la modernización, a lo que asistimos hoy en mucho terrenos, es que el cartón universitario no significa ningún "plus" y que éste se ha devaluado enormemente.

El hecho es que los muchachos que hoy llegan a la universidad, a las facultades de Comunicación, desde segundo semestre ya están buscando trabajo. La gente que sale hoy de cualquier Facultad, lo hace sin la menor seguridad de trabajo, y eso también está presionando a las Facultades, pero no en la línea que nos gustaría en tanto exigencia y en toma de distancia. Del mismo modo, nos encontramos con que las universidades en tanto empresas -que también lo son- acaban, en últimas, amoldando sus currículos a aquellas figuras profesionales que les garantizan seguir renovando sus alumnos; además de que las nuevas "hornadas" de jóvenes que están llegando a la universidad lo hacen con una actitud que no hala hacia arriba de la enseñanza, sino hacia abajo. Y esto por muchas razones: por el déficit del bachillerato, por las deformaciones de la educación y por la misma situación del país, en la que muchas profesiones se están viendo sin posibilidades de desarrollo.

Planteo lo anterior para responder a su pregunta. Yo diría que en los últimos años, con honrosas excepciones, las universidades presentan un crecimiento enorme de oferta ¿no sólo de número de universidades sino también de planes dentro de las universidades- sin el mínimo de cualificación del profesorado, y ahora con el asunto de los postgrados, la situación es peor porque mucha gente ha encontrado en estos ese escalón que vuelve a convertir en "plus" el estudio universitario que la licenciatura ya no proporciona, pero que en realidad, tal y como lo están asumiendo las universidades, es un "estafa", aunque suene muy fuerte la expresión. La mayoría son cursos de reciclaje, de actualización, pero no tienen la contextura de un saber universitario en serio.

En alguna medida, esto responde a la misma situación del país, pues lo que se requiere, a la luz del proyecto neoliberal de cualificación técnica, es eso. De alguna forma, hay un país nuevo, que le pediría a la universidad otras cosas diferentes de los que la universidad está ofreciendo: muchos más técnicos, muchos más cuadros medios, mucha más gente capaz de involucrarse en los procesos de reestructuración administrativa e ingenieril de las empresas y de hecho, lo que yo veo venir en las Facultades de Comunicación, a través de Comunicación Organizacional por ejemplo, es precisamente eso. Es decir, Comunicación Organizacional es hoy para mí un punto clave, porque para unos significa retomar lo que había de Comunicación y desarrollo, o Comunicación y comunidad, pero para la mayoría significa el enganche con la Administración de Empresas. De alguna manera, dicen, es lo que está pidiendo el país.

Deslindando, yo uniría a esta crisis de la Universidad -que es en buena medida una crisis de crecimiento de oferta, de cualificación y de ausencia de investigación- la cuestión de que nuestras carreras de Comunicación no tienen el "perfil" mínimo claro a partir del cual cada universidad después pusiera su propio rostro, su propia identidad e hiciera que la gente pudiera viajar por el país escogiendo aquella escuela que realmente va con lo que quiere hacer. Las Facultades de Comunicación están muy confusamente delineadas al interior de otras carreras. No han logrado -y en eso ya responsabilizaría directamente a AFACOM- definir algunos rasgos que permitieran que lo que se denomina comunicador o periodista, o lo que sea, tenga en común, un mínimo, y después haya otra parte en la que cada universidad ponga su sello. Encontramos que no tenemos ni lo uno ni lo otro. No tenemos ese mínimo común que puede aparecer en los currículos. Un ejemplo reciente que se une a esto fue el desenfoco de la Universidad Nacional que pensó en un momento abrir una nueva Facultad de Comunicación. A esto yo no le encontré ningún sentido porque no veía para qué tener un programa más de Comunicación cuando en realidad lo que la Nacional tiene que hacer es cualificar su aporte al país y creo que esa cualificación se realiza a través de la investigación. Esto es, tener gente dedicada a investigar. De este modo, estamos ante

la presencia cada vez mayor de un periodismo empresa rentable y una universidad mediocre que no deja tiempo para investigar, que ni siquiera tiene profesores que ganan para comprar libros.

Facultades de Comunicación, ¿cómo repensar su legitimidad?

Ana María Lalinde: Propongo varias reflexiones a partir de lo que acaba de decir. A mí parece que la ausencia de legitimidad de las Facultades de Comunicación también tiene que ver con nuestra incapacidad de formar líderes profesionales y no "mano de obra barata". Uno mira, por ejemplo, a las Facultades de Economía y observa que son, por decir algo, los de la Universidad Nacional los que manejan la macroeconomía y el Estado, y observa que son los de la Universidad Javeriana o de los Andes quienes manejan las empresas privadas. Pero los comunicadores sociales que estamos formando en las quince o más facultades del país todavía no han legitimado profesionalmente su formación, bien sea porque no estamos apuntando a esa dirección, o porque los medios no dan espacios, o porque el mercado laboral está saturado... ¿Qué opinión tienen de esto?

JESÚS MARTÍN BARBERO: Primero habría que poner esto en perspectiva histórica. No podemos colocar a las carreras de Comunicación al nivel del desarrollo, tanto interno de otros saberes, como de la definición de los haceres de profesiones, con carreras como Economía, por ejemplo. Éstas llevan muchos años por delante de nosotros, legitimándose como saberes y después, configurando diferentes oficios. En esto no hay que ser masoquistas. Las nuestras no tienen el mínimo de tiempo para legitimarse como saber porque estamos en una encrucijada en la cual decir Comunicación hoy es decir una palabra absolutamente clave de la modernización del mundo, de la configuración de las sociedades modernas.

Nuestro reto está en darnos cuenta de que juntar Comunicación y Periodismo es juntar dos cosas que hoy día tienen muy poco que ver. Porque del Periodismo se puede hacer una historia muy corta a través de dos modelos: por un lado está el de Periodismo como espacio de debate, propio del siglo XIX; y por otro lado, aparece el modelo periodístico norteamericano, que hace de la información el objetivo. De un periódico como espacio en donde se debatían las concepciones de lo social y en el que no había partido político, por pequeño que fuera, que no tuviera el suyo, hemos pasado a un tipo de periodismo basado en la información.

Esto va a parecer una cosa extraña, y yo lo he dicho muchas veces: Cuando uno habla de Comunicación mucha gente piensa que el cambio de las escuelas de Periodismo a Facultades de Comunicación fue un invento de la izquierda latinoamericana. Resulta que el inventor fue un señor Nixon, asesor de imagen y de medios de muchos presidentes norteamericanos antes de Carter. Este cambio nació en Estados Unidos con una visión de derecha y CIESPAL lo acogió tanto, que los primeros manuales de esta institución eran traducciones de textos norteamericanos en su mayoría. Ellos fueron los que replantearon las escuelas de Periodismo, sacándolas de su visión puramente práctico-humanística. Sin olvidar tampoco que la mayoría de las escuelas están en universidades católicas. En América Latina hubo un montón de escuelas de Periodismo de la Iglesia que terminaron como Facultades de Comunicación, por tanto, el sesgo humanista ha tenido también mucho de sesgo moralista.

A mi modo de ver, lo que de alguna manera hace difícil a nuestras escuelas salir de la "mano de obra barata" tiene que ver con las dos cosas: Por un lado, con la manera como nuestras universidades, sobre todo las privadas, asumen el reto de cualificación del profesorado para responder de alguna manera a las demandas que vienen de la sociedad, incluyendo también en la sociedad al mercado. Y por otro, si formamos "mano de obra barata" es porque no tenemos claro tampoco ese mínimo perfil profesional que no coincide únicamente con los intereses empresariales de las organizaciones de comunicación, que es con lo que nos dejarían tranquilos.

A este respecto, recuerdo cuando hace años el ICFES me nombró evaluador del programa de Comunicación de la Universidad Externado de Colombia. En esa ocasión me encontré con una directiva diciendo que se sentían muy tranquilas, porque había elaborado una encuesta con empresarios de comunicación y que ellos les dijeron cómo tenía que ser la formación de los comunicadores, por tanto, no creían que el ICFES fuera a pedir una cosa diferente. Lo cual hacía que lo que se formaba en el Externado era Administradores de Empresas de Comunicación, es decir, donde decía Economía, era en realidad contabilidad, porque allí se creía que muchas empresas de comunicación fracasaban porque no tenían un administrador con preparación de comunicador. Y cuando yo escribí en el informe que consideraba que el programa debía ser aprobado con el título de "Administrador de Empresas de Comunicación", se armó un lío.

AML: Y no sonaría mal tampoco...

JESÚS MARTÍN BARBERO

No, no estaría mal porque lo que se nos viene encima es precisamente todo lo contrario. Grandes conglomerados que cada vez saben menos de Comunicación pero que han visto en la Comunicación el gran negocio, y eso cambia toda la lógica. De tener como patrono a Enrique Santos o a cualquier de los Santos, vamos a tener a los Santodomingo y familia -que a la vez invierten en otros sectores- como dueños de medios de comunicación: radio, revista y posiblemente periódico.

Julio Benavides: retomando el tema de la validez académica de la Comunicación, pareciera que siempre estamos "detrás del bus" para subirnos. Da la impresión de que las Facultades prefieren tener certezas en la enseñanza de la Comunicación frente al riesgo de crear campos de trabajo que, evidentemente, les plantearían inestabilidad. Por esta inseguridad de las facultades pareciera que nos vemos en la disyuntiva de darle la razón a aquellos críticos que piensan que debemos dedicarnos a profesionalizar a los estudiantes, olvidándonos de la formación académica, pues eso formaría parte, más bien de un postgrado.

JESÚS MARTÍN BARBERO: Voy a contestar con el tema de la educación. Ahora mismo el país tiene un reto muy grande que no es la televisión educativa, pero sí el papel de los medios en la educación. La manera como las escuelas están introduciendo los medios sin saber para qué, sin saber cómo estos están cumpliendo una función de modernizar un modelo de educación que se ha quedado completamente anacrónico respecto al modelo de Comunicación hoy en día hegemónico en la sociedad, es una problemática de vital importancia. Sin embargo, en la mayoría de los casos, lo único que están haciendo las nuevas tecnologías en la escuela es reforzar lo que el modelo educativo tiene de vertical, de lineal, de represivo, de repetición de paquetes de conocimiento.

Así, el campo de la Educación es un terreno cada día más de Comunicación, no sólo por los medios sino porque lo que está en la base del fracaso de la Escuela, es un modelo de Comunicación. Allí hay un proyecto pedagógico con un modelo anacrónico de comunicación que hace que entre el lugar cultural desde el cual habla el maestro y el lugar cultural desde el cual escuchan los alumnos, haya una brecha cada vez más grande. Porque mientras el muchacho está, por "ósmosis", asumiendo una cantidad de información difusa y una cantidad de conocimientos difuminados como esponjas, los maestros siguen empeñados en que "saber" es lo que ellos saben, cuando de hecho la sociedad se está moviendo mucho más por los saberes que los muchachos están captando por otras vías que por lo que la escuela sigue llamando saber. Porque además, lo que está en juego no es solamente la reproducción de contenidos ni la mera circulación de información, sino nuevos modos de producción de conocimientos.

Eso es precisamente lo que los críticos de las Facultades de Comunicación no han podido entender. Siguen empeñados en separar radicalmente este mundo de la Comunicación a través de una mirada completamente torpe y escuálida, que es la de los milagros tecnológicos sin comprender que la Comunicación es un eje de transformaciones radicales en todos los aspectos de la sociedad, inclusive en el de la vida personal. Lo que uno puede ver en el acercamiento a las tecnologías que hacen los periódicos es un acercamiento absolutamente primario, de asombro, pero no del asombro griego que ponía a la gente a pensar porque le cuestionaba sobre lo real, sino la dominación del "primitivo". Entonces, primero, los críticos no son capaces de entender la envergadura de los saberes que están en juego en el campo de la Comunicación, y segundo, no son capaces de entender la multiplicidad de aspectos de profesiones que considera la Comunicación. Esto es como la Medicina, por ejemplo, que supone decir muchas cosas, tanto en términos de saberes como de oficios. Todo el mundo entiende que estudiar Medicina es estudiar una multiplicidad de saberes que están articulados sobre profesiones. Hoy existe una diversidad de profesiones alrededor de la medicina, así como un montón de saberes legitimados socialmente desde hace siglos, aunque estén en crisis.

Formación de comunicadores: O cómo transformar sin aplastar

Fabio López: Quiero plantear ahora el lado positivo de las críticas. Hay algo muy interesante en la formación de los comunicadores y es la posibilidad de articular saberes prácticos con saberes académicos. Yo quisiera ver a los sociólogos o politólogos incursionando en estas formas expresivas. Pienso que esa integración entre lo crítico-argumental y lo simbólico-expresivo resulta muy saludable. Pero, por otro lado, uno constata que la formación económica, histórica o politológica es muy débil en los estudiantes, es decir, hace falta mucho diálogo con los "duros" de estas disciplinas, lo que hace a las Facultades de Comunicación algo endebles y "light". Así, uno se pregunta ¿qué función deberían cumplir las historias, por ejemplo, o las sociologías? Y parece que no está claro. Igual, con las teorías de Comunicación con estos cambios de paradigma permanentes.

JESÚS MARTÍN BARBERO: De alguna manera los pregrados en este campo están atravesando por unas tensiones muy fuertes, pues no sólo están cambiando los saberes sino las imágenes que tenemos de ellos y de las profesiones, a una velocidad enorme. Y esto está ligado tanto a la aceleración del cambio tecnológico como a la rapidez de los cambios

globales de la sociedad. Por un lado, lo que está cambiando son las tecnologías, pero por otro, hay un montón de "cambios de las costumbres" en la sociedad que hacen que la ubicación de cualquier profesión de tipo social sea muy difícil.

Hace algunos años discutí largamente con Miquel de Moragas, quien, analizando los problemas de los pregrados en España, llegó a la conclusión de que acabáramos con ellos, que la gente estudiara cada cual lo que creía que le venía bien y después de que tuvieran alguna formación en Literatura, Economía o Política cursaran Comunicación como postgrado. Esto generó todo un debate en España y a mí nunca me quedó la cosa clara. Yo seguía apoyando el pregrado en la Universidad del Valle pero en más de una ocasión también nos planteamos allí qué hacer con él. Es que si un muchacho en pregrado tiene que saber de Economía para escribir un artículo de Economía, yo creo que lo que tendría que existir en el pregrado es mucha más Economía. Y si realmente está preparado para hacer un análisis político sobre la situación del país, la Política que tiene que estudiar es enorme.

Fuera de las signaturas "matrices", que no pueden faltar en el *pensum* de Comunicación como Historia, Teoría del Conocimiento o Filosofía, nos enfrentamos al problema de que las asignaturas "fuertes" como Antropología, Economía o Sociología no se pueden ver en serio en el pregrado. Esto último, nosotros lo intentamos solucionar con aquel primer plan de estudios en la Universidad del Valle, pero no se pudo porque además los estudiantes querían tomar otras cosas.

FL: ¿En ese plan se "pecó" por exceso?

JESÚS MARTÍN BARBERO: Nosotros vimos que eso no se podía porque se "revienta" al estudiante si se le quiere dar, a la vez, una formación en sociales para que pueda hacer algo con ese conocimiento como contenido. Una cosa a la que hemos aspirado siempre es a que la Ciencias Sociales le den al estudiante una "conciencia crítica". Es decir, que le hagan ver que trabajar en un periódico no es simplemente escribir bien sino que por allí pasan posiciones e intereses contradictorios que tienen que tomar una posición. Pero yo no puedo aspirar a que sin más se conviertan en periodistas de la Sección de Política. Esta es una contradicción que tenemos que asumir. Si yo quiero que los estudiantes puedan llegar a ser analistas políticos, tienen que haber estudiado Ciencias Políticas como pregrado.

AML: Pero entonces aquí cabría la pregunta sobre qué es primero. Cuando los propietarios de los medios afirman que es más fácil contratar a un politólogo para enseñarle periodismo que enseñarle política a un comunicador, entramos otra vez en la discusión de si la Comunicación es un quehacer que se aprende o si se trata, más bien de un saber en sí mismo que genera prácticas específicas. Porque en algo estamos de acuerdo: en radio se aprende a hablar ante el micrófono pero, en muchos casos, se aprende a reproducir lo mismo de hace cincuenta años, con lo cual yo pienso que el reto de las Facultades de Comunicación es "generar campos" y prácticas diferentes a las que hoy conocemos. Pero al parecer, nuestras facultades no están en capacidad de hacerlo, por tanto, seguimos pensando que lo que tenemos que hacer es "meterles" a los estudiantes toda la Política y la Historia que les quepa y además una técnicas, que vendrían a ser la diferencia sobre un politólogo.

JESÚS MARTÍN BARBERO: Eso es en sí mismo una contradicción. Pero creo que acaba de decir algo muy importante que nos puede iluminar un buen trecho de la discusión. Yo escribí alguna vez que si el comunicador no es capaz de poner su voz al servicio de las demandas colectivas es un tipo que está robándole a la gente un derecho primario. Porque la gente sabe hablar, sabe escribir y dibujar, y entonces resulta que cuando un señor se apropia de ese saber, lo que está haciendo es expropiando a la gente un derecho fundamental que es el de hacer oír y expresarse. En el fondo, esto es una aberración, porque hemos delegado en unos pocos un derecho de todos, y lo peor es que son unos pocos que no nos están representando ni representado nuestros intereses. Ahí se crea un problema: el desconocimiento de que ciertamente a comunicar no enseña nadie porque a hablar se aprende hablando y a escribir se aprende escribiendo y leyendo, claro.

Pero hoy, cuando hablamos de Comunicación, no estamos hablando de este ejercicio de las facultades humanas básicas -y dicho sea de paso, en nuestras facultades algunos salen sin saber ni siquiera eso, pero ése es otro problema-. Lo que nosotros estamos llamando Comunicación es tanto un saber como una serie de prácticas que configuran profesiones muy diversas. Por ejemplo, un comunicador metido en el ámbito educativo, que es sin duda un ámbito estratégico para el mundo entero, tienen que ver tanto con la utilización de medios en la Escuela como con la presencia de diversas formas de educación en los medios.

De otro lado, todos los cambios culturales que hoy en día están pasando por la misma tecnología no son comprendidos por la mayoría de la gente. Y eso está gestando una tecnoestructura que hace que decisiones importantísimas las tomen los expertos, porque no existe un mínimo de eso que hoy llaman "masa crítica" que discuta y lleve al Parlamento esas discusiones. Y ahí debería estar no un periodista, sino un comunicador, pues a él le corresponde saber qué se juega en las telecomunicaciones y en la informática, pero no para hacer artículos cada lunes o para poner al día a los niños y a los

gomosos de eso. Ese es el problema: tenemos, por ejemplo, unas páginas que en *El Tiempo* parecen referirse a la tecnología pero de lo que en verdad hablan es del hobby, se dirigen sólo a los "gomosos", a los que están cambiando de computadora y, si mucho, a las empresas. Este es otro terreno diferente al que planteamos sobre la tarea estratégica que hoy debe asumir la Comunicación: ¿Cómo estamos produciendo un mayor número de sujetos sociales con capacidad de intervenir en aquellos ámbitos en los cuales se juegan decisiones que afectan a la colectividad, y no sólo a quienes las toman?

A ese respecto, nosotros podríamos diseñar una serie de campos estratégicos que han surgido en los últimos años. Incluso yo pondría también aquí lo que es Comunicación Organizacional. Por ejemplo, el problema de que más de la mitad de los alcaldes elegidos por voto popular en este país estén siendo investigados o en la cárcel porque están despilfarrando el dinero de forma impresionante, evidencia algo que es una idea propuesta por *Foro de Colombia* sobre la necesidad de hacer un programa de educación de alcaldes en administración pública básica. ¿No tendría que ver acaso la Comunicación Organizacional con esto?

AML: Si se pudiera evaluar la forma como se definen las "políticas de Comunicación" en este país, partiendo de que existieran, o la manera en que se asignan las frecuencias de radio, o cómo se adjudican las licitaciones de televisión privada y local, encontramos que las posibilidades de gestión por parte de la sociedad son muy limitadas. Porque esos espacios han sido apropiados por los políticos y sabemos que los medios se constituyen hoy en espacios de poder político. Esto representa un conflicto y una responsabilidad muy seria para las Facultades de Comunicación, pues los egresados tienen que emplearse en algo, tienen que ubicarse "cargando ladrillos", aunque sea. Y muchas de las decisiones de las universidades pasan por la opción de ubicar laboralmente a su gente. Incluso, muchos de los criterios para elegir universidad, parten de la constatación de qué tanto mercado tienen los egresados de tal o cual facultad. Entonces, si nosotros empezamos a pensar que es necesario generar campos nuevos, nos encontramos con que la dirigencia política no está dispuesta a abrir esos espacios.

JESÚS MARTÍN BARBERO: Voy a ilustrarlo con una anécdota. Yo no olvidaré en la vida una pregunta que me formuló Francisco Gil Tovar en la primera reunión que hicimos de AFACOM en Cali. Él decía: "¿Qué vamos a hacer cuando se constata que la gente más inteligente, más honesta y más valiosa ocupa cargos sin ningún lustre, mientras que la gente que en la universidad fue torpe, está en puestos de mucha altura?". A mí me dio pena decirle a Gil Tovar que la verdad es que en una sociedad así como la nuestra sólo pueden destacarse esos. Este es el hecho. De veras: estar en los grandes pivotes, en algunos raros casos, es consecuencia de que la gente es muy valiosa, pero en otras ocasiones es fruto de las serias contradicciones del sistema.

Mucha gente que no encaja es porque las empresas de medios no quieren gente que venga a cuestionar y que venga a democratizar lo que está pasando. Lo que quieren es "cargaladrillos" que se pregunten muy pocas cosas sobre el mundo, sobre la vida y sobre el país. Cuanto menos se pregunten, mejor. Ahí es donde nuevamente aparece la situación del país. Yo no puedo formar a un periodista neutro que sabe muy bien escribir un *lead*, que sabe responder a las viejas prácticas periodísticas -que, entre otras cosas, están cambiando con la entrada de las tecnologías-. Aquí también necesitamos de los otros: de profesionales que tengan un mínimo de herramientas para poder ubicarse en esta sociedad y, que sin ser maniqueos, sepan realmente que hay intereses colectivos e intereses privados, que hay intereses en la guerra y hay intereses en la paz. Lo mínimo es esto. Es que no pueden salir manejando únicamente cámaras, micrófonos y grabadoras sin que nada de esto apunte a entender mínimamente lo que está pasando en la sociedad.

JIB: Quiero apuntar algo que me lleva a preguntar ¿por qué en la enseñanza de la Comunicación quien más ha tenido protagonismo es la universidad privada? Es decir, la universidad pública le ha dejado en Colombia esta responsabilidad a las universidades privadas, a excepción de dos de ellas que se tomaron en serio el asunto. ¿Por qué a la universidad pública le ha parecido la comunicación un problema de segundo orden? ¿Por qué las universidades públicas, en su mayoría, han abandonado una reflexión no ideológica sobre las industrias culturales desde la posibilidad de capacitar cuadros para que, con una capacidad crítica, abran esos espacios en el mercado.

JESÚS MARTÍN BARBERO: Yo tengo mi explicación respecto a esto. La izquierda en este país de una manera u otra ha manejado la universidad pública. Y esa izquierda ha sido incapaz de comprender lo que se juega el país en el escenario de los medios. Y sigue con una visión instrumental y moralista, pensando que el día que los medios cambien de dueño y que el proletariado se tome el poder, las cosas van a cambiar. La izquierda que todavía queda en las universidades públicas no ha sido capaz de comprender que buena parte de las transformaciones de la política están pasando por los medios. Que los medios no se reducen a reproducir sino que están constituyendo una esfera pública nueva. Eso no se lo entienden. Y lo peor es que la mayoría de gente que está teniendo poder en ese campo de los medios tampoco lo está entendiendo. Sólo hay que ver las nuevas alianzas que los medios están haciendo. Pasamos de unos medios cuyos únicos aliados habían sido lo

políticos porque eran quienes les daban poder, les daban las frecuencias y les daban todo, a encontrarnos con unos medios que están haciendo alianzas de otro tipo con el sector privado.

Las universidades públicas -y como ejemplo está la Universidad Nacional, que sólo hasta la rectoría de Antanas Mockus comenzó a pensar en serio en abrir un instituto de investigación que involucrara la comunicación de la universidad con el país- no ha sentido como un tema importante la Comunicación. No ha habido conciencia y eso es responsabilidad de la izquierda. En las universidades públicas donde hay Comunicación esto ha sido por carambola, porque a alguien se le metió en la cabeza la idea. Así, las públicas han estado muy sesgadas por la cuestión ideológica y no han entendido la importancia política del escenario de los medios.

AML: Pero, desde una visión autocrítica de la universidad privada, ¿por qué nosotros tampoco hemos sido capaces de hacer evidente eso? Es decir, la profesión del comunicador, en tanto observador del acontecer social, no está legitimada. Al parecer, somos incapaces de generar debate y reflexión. Es increíble que cuando se habla de los medios se llama a los politólogos o a otros "expertos", pero no a los comunicadores.

JESÚS MARTÍN BARBERO: Para mí, la experiencia que tuve en Puerto Rico puede ser un ejemplo de lo que estamos hablando, Allí había un laboratorio de análisis social y cuando se debatían temas específicamente de Comunicación, no se llamaba a comunicadores sino a políticos o abogados. Nosotros veíamos que la única figura del gremio que tiene legitimidad social es el periodista, cuya figura tiene algo más que siglo y medio, bien sea aquella que vive del modelo público del medio, bien sea aquella que vive del modelo público del siglo XXI, o del modelo privado del siglo XX. Fuera de esta figura de periodista, no ha habido tiempo de legitimar el espacio de los comunicadores como analistas sociales. Insisto que no debemos hacer masoquismo con esto. Nos falta mucho tiempo para que esto sea posible y nos queda muy difícil aceptarlo porque las presiones que nos vienen de todos lados son muchas como para que todas estas cosas queden claras: dónde estamos, qué hacemos, para qué sale la gente. Yo sigo creyendo que la legitimación de profesiones socialmente decisivas necesita mucho tiempo. Los politólogos hace seis años no estaban tampoco legitimados en este país, sólo empezaron a opinar cuando Fernando Cepeda fue ministro de Gobierno. Aquí -antes no había análisis políticos- los politólogos no aparecían por ninguna parte en los medios. Cuando lo hicieron, recuerdo que *El Tiempo* publicó una editorial preguntándose quiénes eran ellos para opinar sobre el país, cuál era esa carrera. Yo sigo insistiendo que estas carreras que inciden decisivamente en la marcha del país tienen muy poca legitimidad.

Proyecto de universidad y mercado laboral

AML: De todos modos, la Comunicación como profesión se ha instalado en los sectores de clase media. Quienes están accediendo en general a la universidad son estos sectores, que además son los que han sido por tradición políticamente apáticos y arribistas. Y si asumimos que la Comunicación supone una vocación social y una posición política, encontramos que la democracia, la participación y todas esas cuestiones sobre las que la Comunicación nos lleva a reflexionar, no son importantes para el estudiante promedio que ingresa a las facultades, pues tampoco le conviene pensarlas ya que sus aspiraciones en la vida son "casa, carro y beca" Obviamente, si se le ofrecen un buen sueldo por presentar un noticiero, ¿qué aspiraciones va a tener o qué va a transformar?

JESÚS MARTÍN BARBERO: Eso no lo justifico. Si nos quedamos sin un proyecto político-cultural que le dé sentido a la formación de los comunicadores, entonces sí tendrían razón todos los críticos de las Facultades de Comunicación. Si eludimos ese proyecto ¿qué nos ponemos a hacer?... pues, "cargaladrillos", nada más. Y esto significa que tenemos que jugarla como titanes porque es muy difícil, porque la situación es muy confusa dentro y fuera. Una carrera, querámoslo o no, necesita de un cierto proyecto. Otra cosa es, como le dije a Gil Tovar aquella vez, que los egresados salgan al menos con "mala conciencia". Algo por dentro les va a quedar "desajustado" y de eso se trata. Y yo no creo que por tener conciencia social se queden sin empleo. Justamente lo que yo tengo para rebatirle a estos periodistas que critican a las facultades de Comunicación es lo que usted dijo hace un rato: "ustedes lo que están defendiendo con "su" figura de periodista no es sólo una libertad de expresión trasnochada que no es capaz de cubrir para nada el derecho a la información que se ha definido en la Constitución colombiana, sino el funcionamiento rentable de una empresa. Por eso no quieren gente que venga a cuestionar, y en eso se agarran de cualquier cosa por la que falle ese muchacho para deslegitimarlo cuando a lo que apunta el asunto es a otra parte".

Visto desde el lado de los muchachos, me he cansado de decirlo en la Universidad del Valle: "Señores, hay que salir con mucha paciencia a una sociedad en la que hoy en día hay más conciencia de que por los medios lo que pasa es poder. Y eso nadie se los va a regalar. Ustedes tendrán que ir ganandoselo con paciencia y con mucha imaginación", porque cada vez le estoy dando más importancia al talante artístico del comunicador. Esto es muy difícil hacerlo entender a gente jovencita y

decirle: "Tienes que tener paciencia, y realmente tienes que "cargar ladrillos" y sigue tu camino proponiendo cosas con imaginación". Eso justamente hace parte de la formación de una conciencia social.

A propósito de un texto que estoy escribiendo sobre el aporte del Brasil a la Comunicación, lo que digo es que hay que tener algo que nos enseñó Pelé, quien fue un futbolista capaz de quedarse en veinte centímetros cuadrados y moverse él sin que se moviera el balón, logrando que el jugador que tenía en frente se volviera "loco" y lo dejara pasar. A eso se le llama "tener cintura". Luis Roberto Alves lo dijo alguna vez: "Los brasileños tenemos cintura". Es lo que ellos llamaban "brechas", que realmente es una cosa muy seria, porque, en aquellos tiempos duros de la dictadura, era la única cosa que daba un poquito de esperanzas. "Brechas" que, por un lado, permitían la conjunción de las contradicciones de la industria cultura -porque ésta no es una industria "maciza", ya que como es "cultural" no tiene recetas ni fórmulas- y por el otro, posibilitaban la inserción de la gente que quería meterse en ellas con "mucho cintura".

¿Qué estamos diciendo? Estamos afirmando lo mismo que antes se le decía a un militante cuando pensaba en la revolución. De alguna manera, sigo creyendo que un oficio como el de comunicador social, aparte de la complejidad de saberes y de la aceleración tecnológica, supone a alguien con "vocación" y con cierta mística. Es alguien con una cierta generosidad. Es gente que tiene que saber cómo colocarse, pues las posibilidades de ser un periodista crítico, cuestionador, pero a la vez, creador, pasan por asumir que entre sus intereses y los de la empresa en la que va a trabajar, hay contradicciones fortísimas.

JIB: Quiero retomar algo que usted dijo hace un rato: En el país también se está abriendo paso la figura del "comunicador empresario" que en principio parecería muy interesante, puesto que se trata del comunicador generador de empresa. De alguna manera esto responde al desencanto con los dueños de los medios, pero de otro lado, también está ligado a aquella idea según la cual en estos tiempos cada quien debe tener su propia empresa. ¿En qué medida ese comunicador empresario que se perfila en el mercado, responde a las necesidades concretas de este país?

JESÚS MARTÍN BARBERO: De hecho, lo que yo conozco en Cali de la Universidad del Valle, es que esa tendencia ha sido mucho más positiva, es decir, la gente defraudada de servir a un "patrón" que no merecía la pena, se ha buscado la forma de generar pequeñas empresas. Pero es gente con talante de artista y con espíritu muy grande de no dejarse "atrapar" por una vida mediocre que ni les paga ni les deja vocacionalmente realizarse. Yo diría que esta tendencia de la que usted habla ha respondido mucho más a lo bueno que en las facultades les hemos dado: el espíritu de no conformarse con "cualquier cosa" y a hacer algo que valga la pena.

Ahora, lo que uno observa es que el país está viviendo una situación contradictoria porque, por un lado, los grandes conglomerados se apoderan de los medios, pero por otro lado, grandes comunicadores se han vuelto empresarios de mucho peso. Evidentemente, éstos son hechura de los políticos. Son los políticos los que les han dado ese peso. Por eso les queda tan difícil a los políticos aceptar que se separen lo más mínimo de su tarea de fidelidad a ellos y por eso se la están "cobrando". Realmente, en estos últimos tiempos hubo una pequeña distancia y entonces se vino la clase política entera a "masacrarlos", por la mínima distancia que tomaron y por los cuestionamientos que hicieron.

Es que realmente, en la actualidad, no tenemos en el Congreso quién piense el país. Los políticos en este país tienen un contrato clientelista con la gente: "Tú me votas, yo te pongo agua", y aquí termina el asunto, el congreso no representa a la gente sino a sus otros intereses. Tenemos entonces un país con una "perversión política" y no sólo con "ausencia de política": la gente que está en el Congreso no se siente representando a nadie y por eso pudieron hacer lo que hicieron. Aquí hay una visión extraña de la maquinaria política, y, por eso, a los periodistas los han hecho empresarios con la condición de que no tomen distancia.

FL: Y eso también le preocupa muy poco a la gente...

JESÚS MARTÍN BARBERO: Claro, es que después de más de veinte años en los que no ha funcionado la "representación"... Es algo curioso que hoy se empiece a hablar de la "representación" por el lado del llamado "voto de opinión" en las grandes ciudades. Se empieza a creer en unas minorías que se dan cuenta de que no están siendo representadas.

AML: Puede sonar duro, pero lo que usted está diciendo, en el fondo, es que cada sociedad tiene los medios que se merece...

JESÚS MARTÍN BARBERO: Sí, pero en el caso de la clase política. Ella sí que tiene los medios que se merece. Hace unos días, hablando con Oscar Landi, me decía luego de caminar por la ciudad, que sentía que la calidad de vida de este país

está muy por debajo de la inteligencia de la gente y del desarrollo mismo del país. Aquí hay algo que está "enturbiando" el desarrollo y que no deja que circule. Aquí algo falla: no es falta de inteligencia ni de dinero, es otra cosa.

Al respecto, considero que este país se merecería otra clase política. Pienso, por el contrario, y a pesar de todas las cosas, que la dirigencia empresarial colombiana está muy por encima de la clase política en mucho sentido. Hasta para creer en el país, hasta luchar por el país, desde sus propios intereses, claro.

Es en esta relación en la que vamos a presenciar las peores perversiones: la de unos periodistas que han pasado de un empirismo craso a sostenerse profesionalmente sobre la fidelidad a sus dueños, a los políticos. Y así, en un país como el nuestro, que todavía tiene pendiente la signatura del populismo, creo que quedan muchos años para que los populistas sean los periodistas. A mi modo de ver, a ellos les ha pasado como a las emisoras de radio. Tenemos uno de los sistemas de radio que mejor se oye en América Latina, con un desarrollo interesante de la información en radio, pero el nuestro es el país que ha descubierto de último las múltiples alternativas de la radio. Por ejemplo, las emisoras comunitarias del Pacífico no tienen más de diez años, cuando en Bolivia las radios mineras empezaron en los años cincuenta, o en Centroamérica y el Brasil, en los años setenta.

Retos y perspectivas

AML: Pero la pregunta sigue siendo qué enseñar. Si la práctica del periodismo va por otro lado distinto a lo que podría considerarse el "ideal" y si la realidad es tan crítica, entonces, ¿qué enseñar?

JESÚS MARTÍN BARBERO: También en este país existe una cantidad de cosas valiosísimas. Yo me plantearía por lo menos tres núcleos: uno, lo que tiene que ver realmente con Colombia -historia del país, economía del país, cultura del país-, algo que los ubique mínimamente en dónde estamos, incluyendo las cosas buenas que tenemos; dos, el manejo de los saberes profesionales; y tres, habría que meter en este momento, una serie de saberes sociales, entendiéndose el mínimo de saber económico, por ejemplo, que pueda partir de economía de los medios, pero que sirva como pretexto para saber cómo funciona la Economía en general. Lo mismo con la Antropología.

Habría que pensar cómo enseñar estos saberes sin que se vuelvan asuntos abstractos, que sirvan para producir cosas específicas para este país. No podemos renunciar a estos, ya que es lo que nos diferencia de los críticos y del tipo de periodismo que la mayoría de ellos están haciendo. Un proyecto que, poco a poco, vaya calando y ocupando espacios y aprovechando las "brechas" que ya existen, pero teniendo la "cintura" de los brasileños. Yo sí creo que realmente las facultades de Comunicación tienen una responsabilidad muy grande con que este país vuelva a tener un mínimo de democracia.

FL: ¿Lo que debemos pensar entonces es en un proyecto para la formación de los comunicadores? ¿Cuál proyecto?

JESÚS MARTÍN BARBERO: Las Facultades que tienen, por lo menos, la idea de que debe existir un proyecto político-cultural que le dé sentido a la formación de comunicadores tendrían que juntarse, tendrían que apoyarse. Porque, en realidad, cada facultad sola enfrentando los cambios que vienen de arriba de la Universidad y los que vienen de debajo de las nuevas generaciones con sus nuevos "talantes", se enfrenta a una tarea muy difícil. Yo sigo pensando que en el campo en el que nos movemos buena parte de nuestra confusión no es porque seamos tontos, sino porque la complejidad del campo, el lugar estratégico que juega hoy la Comunicación en la sociedad, en el mundo, realmente nos desborda.

Por ejemplo, de lo que era pensar la legislación de medios a pensar hoy lo que son las "políticas de Comunicación" es una gran tarea. Y hacer que los muchachos no se sientan "aplastados" y no sientan que aquí no se puede hacer nada, es otra tarea de gran envergadura. O sea, la pregunta es cómo hacer no solamente conciencia, sino dar una información reciente, para que los estudiantes estén al día de lo que está pasando sin "aplastarlos". Porque ésa es otra cosa, dejar a los muchachos con la sensación de que si es por el lado social, aquí no hay nada que hacer. El desafío es muy grande y eso necesita de facultades que tengan un "proyecto" y que se unan y compartan experiencias.

AML: Otro de los temas sobre los que podemos reflexionar, y para terminar nuestra entrevista, es hasta qué punto las Facultades de Comunicación están haciendo algo por la región; preguntándonos si ellas están llenando las expectativas de las provincias. Porque incluso las críticas que vienen de los medios son también muy centralizadas, están hablando de los estudiantes bogotanos y de las facultades que estamos alimentando a ese mercado de los grandes medios, de las grandes empresas. Y pienso que las facultades de las regiones están alimentando también procesos interesantes.

JESÚS MARTÍN BARBERO: Yo diría que la región tiene un poco más de oxígeno para ensayar. En el caso de la Universidad de Valle, y no sin tropiezos, nosotros apostamos a un cierto proyecto político-cultural y, por supuesto, nuestros egresados respondieron más o menos a ese proyecto. La del Valle ha logrado colocar gente, por ejemplo, en la administración local, gente que incluso está regresando a tomar el postgrado de gestión cultural. Allí ha habido un proyecto que se ha ido realizando a través de instituciones públicas o bien a través de la formación de esas pequeñas empresas de las que hablábamos antes. Yo veo incluso que mucha gente, al no poder realizar su vocación, se ha unido y ha formado empresas de tipo comunitario y está ligada a proyectos colectivos. Ahora, eso no quiere decir que sean todos; hay suficientes como para que el asunto llame la atención, porque también hay mucha gente, que al igual que en otras profesiones, acaba ganándose la vida como puede. Pero esos no me preocupan. A mí lo que me preocupa es que siga habiendo un mínimo de gente que siga defendiendo el proyecto, que luche por él, y después está esa otra gente entre la que hay personas mediocres que nunca van a hacer nada, cosa que también pasa en otras carreras, no sólo en Comunicación.

[Transcripción de Teresa Sandoval]

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Benavides, Julio et adl. (1998): "LAS FACULTADES DE COMUNICACIÓN. Revista Latina de Comunicación Social, 4. Recuperado el x de xxxx de 200x de:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/z8/77b.Barbero.htm>