

Comunicación y Cultura

Raúl Rivadeneira Prada

A simple vista, juntar los términos **comunicación y cultura** llevaría a incurrir en una tautología, sí, a simple vista, consideramos que la comunicación es inseparable de toda cultura y ésta no puede ser comprendida prescindiendo de los procesos de comunicación que le acompañan.

Sin embargo, comunicación y cultura son dos universos insertos dentro de un macrocosmos que podríamos denominar la **vida humana**. Inseparables, interdependientes; el uno condición del otro, pero fenómenos de la vida humana con personalidad propia.

LA CULTURA

La palabra cultura tiene su origen histórico en la labranza de la tierra, así la encontramos mencionada en los diccionarios antiguos. Se adoptó como

una metáfora del proceso de elaboración mental en el inglés y otros idiomas, desde la denotación agrícola que tenía en Francia, país por excelencia agricultor. Tomás Moro, Tomas Hobbes en el siglo XVI usaron la palabra en su connotación de **cultivo de la mente**. En español Cervantes pone en boca de Sancho la palabra “cultivación”, cuando le hace decir que las conversaciones de Don Quijote son para el abono para cultivar “la estéril tierra de su seco ingenio”. Y así pasó a denominar actividades intelectuales, artísticas, deportivas y de cualquier índole en que se desempeñara el hombre. Por eso, leemos frases como: “cultura literaria”, “cultura política”, “cultura religiosa”, “cultura deportiva”, etc., que se refieren tanto a procesos de conocimiento, saberes, destrezas, como a productos del hombre y la sociedad.

En un sentido antropológico, ampliamente difundido y aceptado por la comunidad científica, se entiende por **cultura** a la totalidad de las formas de vida de una sociedad: “la cultura es el conjunto integral constituido por los utensilios y bienes de los consumidores, por el cuerpo de normas que rige los diversos grupos sociales, por las ideas, artesanías, creencias y costumbres”, como expresa la definición de Bronislaw Malinowski (Una teoría científica de la cultura. Editorial Sudamericana. Buenos Aires 1948. Pag. 42). En esta comprensión holística de la cultura caben, entonces, todos los hechos humanos de todos los tiempos (cultura universal); las formas de convivencia de grupos en sus diferenciaciones y peculiaridades tempo-espaciales (la cultura francesa, la cultura aymara, la cultura árabe, etc.); asimismo, dentro de cada realidad sociocultural quedan comprendidas las artesanías, el folclore, la ciencia, la técnica, el idioma, la arquitectura, las ideologías, la idiosincrasia, el modo de vestir, de casarse o enterrarse y otras formas de vida que constituyen aspectos peculiares e identificatorios de una sociedad. Obviamente, esta visión globalizadora de la cultura lleva implícitos los procesos de comunicación socioculturales. Una cultura subsiste solamente si sus miembros son capaces de asimilar sus valores y transmitirlos son, en primer lugar, el lenguaje hablado y escrito y todas las demás formas de comunicación. En esta línea de

pensamiento, R. Bain sostiene: “cultura es toda conducta transmitida por medio de símbolos” (A Definition of Culture”. Sociology and Social Research, vol. 27 Págs. 87-94).

Un término pariente de cultura es **civilización**, que a veces se emplea como sinónimo.

La palabra civilización es más joven que la palabra cultura en la historia de los vocablos; tan joven que fue usada en la sociología desde mediados del siglo XIX con el significado de avance, progreso, superación de un pueblo, como lo opuesto a “barbarie”, condensador de los atributos negativos de atraso, primitivismo, etc.

El concepto de civilización ligado, repito, a la noción de progreso sirve también para establecer ciertos grados o niveles de las culturas de los pueblos e individuos.

El filósofo francés Voltaire le dio al término civilización el contenido de desenvolvimiento moral y material. Esta idea ha predominado en varios pensadores que sostienen, basándose en la monumental obra de Gibbon “Grandeza y decadencia del Imperio Romano”, que la humanidad ha pasado por un proceso evolutivo desde el estado de naturaleza salvaje hacia el estado de barbarie y luego hacia la civilización. En este último estado, se entiende haberse alcanzado formas refinadas de vida, merced al aprovechamiento de los beneficios de las ciencias, la tecnología, etc. No está

demás añadir que el progreso, como referente del grado de civilización, tendrá que ser integral, es decir, material y espiritual.

Cuando hablamos de cultura, es preciso tener en cuenta que esta palabra se emplea en dos sentidos: Uno lato, que encierra todo proceso y producto de la interacción humana, como se ha visto ya en la definición de Malinowsky; otro restringido a los hechos del intelecto y el espíritu de los hombres y que se manifiestan en las bellas artes, la filosofía, la poesía, la música, la danza, el teatro, la arquitectura, etc. Elaboraciones signadas por el concepto de belleza, según los códigos estéticos sostenidos durante largo tiempo y convertidos en cánones o arquetipos para juzgar la calidad de un producto. Desde el puesto de observación de sociólogos e ideólogos políticos, esta forma de ver la cultura ha propiciado posturas críticas traducidas en los conceptos de cultura elitista, cultura dominante o cultura transnacional, en oposición a la cultura popular, la cultura dominada y la cultura nacional, respectivamente.

En este sentido restringido de cultura, suele radicar el papel de los medios de comunicación social así como el trabajo profesional de comunicadores y periodistas. Al mismo tiempo, hallan cabida en este punto las legítimas demandas de democratización de la comunicación y de los bienes culturales, tanto como los esfuerzos destinados a diseñar políticas de comunicación y políticas culturales, populares,

conscientes de que la cultura no es solamente una alta manifestación estética de y para las élites sino y fundamentalmente la expresión de valores de una comunidad nacional en la que las artesanías, el folclore, los mitos y leyendas o las tradiciones populares tienen una riqueza comunicativa extraordinaria para el grupo y su identificación.

LA COMUNICACIÓN

Qué es la comunicación?

No es fácil responder a esta pregunta con una definición precisa, universalmente admitida, porque tal definición no existe. Debemos recurrir, entonces, a varias conceptualizaciones y elegir la o las más concordantes con un enfoque sistemático.

Las becas metodológicas y teóricas para el estudio de la comunicación se forjarán en las ciencias de la conducta, como sostiene Melvin L. de Fleur. Con estos antecedentes, es natural que una de las nociones más lúcidas hubiera surgido de la psicología aplicada a la comunicación, la de Gerhard Maletzke:

Bajo el concepto de “comunicación”, en su sentido amplio debe entenderse el hecho fundamental de que los seres vivientes se hallan en unión con el mundo. Pero, en general, en el lenguaje científico, se suele estrechar el concepto al hecho de que los seres vivientes se hallan en relación entre sí, de que pueden comunicarse, que son capaces de expresar el proceso y situaciones interiores; y dar a conocer

a las otras criaturas las circunstancias o también animarlas a un comportamiento específico.

Extraigamos los puntos clave de esta definición; unión con el mundo, es decir, relación con un entorno físico y social; relación entre seres vivientes que equivale a múltiples situaciones con estimulación recíproca al comportamiento, vale decir, a la espera de provocar una respuesta.

Similar es la imagen de comunicación que ofrece Watzlawick, pero desde la vereda de la biología.

En la moderna biología, resultaría inconcebible estudiar incluso el organismo más primitivo, aislándolo artificialmente de su medio. Como lo postula en particular la Teoría de los Sistemas Generales, los organismos son sistemas abiertos que mantienen su estado constante (estabilidad) y a menudo evolucionan hacia estados de mayor complejidad por medio de un intercambio constante de energía e información con su medio. Si recordamos que para sobrevivir, cualquier organismo debe obtener no sólo las sustancias necesarias para su metabolismo, sino también información adecuada sobre el mundo circundante, comprendemos que la comunicación y la existencia constituyen conceptos inseparables.

Otra definición importante y coherente con la anterior, dice:

Se puede definir la comunicación

como el encuentro de un organismo viviente con su medio ambiente o entorno, cuando se entiende por dicho encuentro la recepción de informaciones sobre el mundo circundante y una reacción ante la información recibida.

Esta fórmula abarca todas las posibilidades de “encuentro” del hombre con su medio ambiente físico, social y cultural; las relaciones humanas en sus diversas manifestaciones: económicas, políticas, deportivas, etc.; donde caben también niveles de relación con los productos de la tecnología: comunicación hombre máquina en la industria, en los procesos de aprendizaje y en los del entretenimiento. Incluye, asimismo, la relación del hombre con los medios masivos. Cubre el entorno variado y complejo que rodea al ser humano, esfera dentro de la cual actúa reaccionando objetos, hechos, funciones y relaciones son agentes emisores de mensajes para el receptor. Del entorno parten señales de variada índole que el hombre acomoda a sus necesidades.

El receptor, en el acto de su encuentro con el mundo, importa información (input) del entorno y, por su parte, emite información (out-put) hacia el medio, y con este juego de relaciones establece procesos de comunicación.

De lo dicho hasta aquí, podemos extraer las siguientes inferencias:

1. - Cada sistema (receptor/emisor) posee “su” entorno único y particular

en el sentido de que actúa en condiciones peculiares, con percepciones individuales. Pero, también es notable el hecho de que el mismo entorno es ámbito de acción de otros receptores/emisores, en órdenes de interacción compartida o compatible (públicos).

2. - Los integrantes del entorno comunicativo de un sistema A suelen formar parte, también, de los entornos comunicativos de los sistemas B,C,D,...N. directa o indirectamente, con presencia física o a través de mediadores tecnificados.

3. - Como los agentes participantes en el medio ambiente comunicativo de un sistema abierto son individuos diferentes, el input informativo de cada uno de ellos proviene del entorno físico o natural; de sus formas culturales, de otras personas, grupos sociales o acontecimientos noticiables debidos a la dinámica social.

4. - El output informativo tiene por destino, según los casos, a todos o a una parte seleccionada de los componentes del entorno natural, social y cultural. Ante la evidente concurrencia de varios sistemas abiertos, habrá que distinguir varios entornos comunicativos del sistema, determinando sus propiedades.

5. - La integración de un sistema abierto en un conjunto de sistemas de la misma índole significa pertenencia a un suprasistema mucho más amplio y complejo lo cual representa,

nuevamente, hallarse inmerso en procesos de interacción con otro u otros macrosistemas del entorno.

6. - Cada entorno comunicativo de un sistema o de un suprasistema posee su propia estructura; luego, tenemos al frente el entorno como un sistema propio. Los entornos, en cuanto condiciones objetivas y subjetivas para el receptor, se interrelacionan entre sí, hecho del cual extraemos dos razonamientos:

a) Los diversos entornos comunicativos de un sistema abierto son sistemas componentes de suprasistemas en varios niveles, vale decir, existe una jerarquía de sistemas que pueden relacionarse de manera diacrónica y sincrónica.

b) Los entornos comunicativos de diversos sistemas abiertos (A,B,C,D,...N) están integrados en jerarquías sistémicas.

Norbert Wiener sostuvo que el mundo puede verse como una mirada de mensajes del tipo “a quien corresponda”.

La idea central que se forma de todo esto es que la comunicación es para el hombre un campo de interacción e interdependencia donde el hecho comunicativo es el escenario particular de cada tipo de interacción. Y esto significa:

1. - Que la interacción se produce a través del intercambio de mensajes y

no hay otro modo sustitutivo.

2. - Que el mensaje tiene la propiedad de impulsar el proceso de interacción, ya sea por el intercambio o por el simple hecho de que se espera una respuesta actitudinal, y porque de todas maneras hay una reacción consciente o inconsciente, voluntaria o involuntaria, inmediata, equivalente a un nuevo mensaje.

3. - Que la interdependencia es una situación de hecho, de los intercomunicantes. La reacción depende de la acción inicial. Y una vez establecida la secuencia de interacciones, los participantes se tornan dependientes mutuos en que el código ("marco de referencia") es matriz de significados para la codificación y decodificación; en la medida en que el mensaje porta la intención comunicativa de la fuente, tanto en la alimentación del proceso como en su retroalimentación.

COMUNICACIÓN DE LA CULTURA

La concepción moderna de la relación comunicación - cultura pretende rescatar del olvido o menosprecio las expresiones populares y otorgarles el reconocimiento que antes se les negaba como procesos de producción cultural. En esta línea se inscriben como procesos de producción cultural. En esta línea se inscriben los valiosos aportes de Néstor García Canclini, P. Bordieu, Jesús Martín Barbero, Tulio Hernández y otros autores que desde hace poco más de una década han

dedicado sus investigaciones y reflexiones a los temas de la cultura popular, los medios de comunicación, las connotaciones políticas de la comunicación y la cultura; la manipulación, las comunicaciones dominantes, la transnacionalización, y otros de permanente actualidad. Es evidente la influencia que en estos estudios ejerció Gramsci, especialmente en lo que toca a la capacidad de respuesta autónoma de las clases populares frente a los productos de la cultura de estudio de las crisis políticas, en las corrientes consumistas, las organizaciones de bases, medios populares de comunicación, en orden a contrarrestar el poder hegemónico de las comunicaciones tradicionales.

Hablar hoy de la comunicación cultural es abarcar un universo complejo signado por los efectos de la globalización en la economía, en la política, en la tecnología, la educación y las comunicaciones tradicionales.

La idea central es que la sociedad globalmente considerada es emisora permanente de mensajes de variada índole. Lo urbano, lo rural, son espacios de intensa producción cultural y al mismo tiempo ámbito de difusión de mensajes elaborados por los medios masivos, para los cuales la cultura popular suele ser marginal y por lo tanto subvaluado, cuando no neutralizado.

El estudio de la comunicación en las últimas cuatro décadas ha pasado por

diversos modelos. Inicialmente, se puso especial énfasis en la teoría lineal de causa-efecto a partir del emisor, pasando por los mensajes y terminando en los receptores. En la década de los sesenta, predominó la atención en los medios masivos, bajo la visión apocalíptica que es por todos conocida. Una década después surge el cuestionamiento a las estructuras políticas y sociales en busca de respuesta a la vieja cuestión: “¿Qué hace la sociedad con sus medios de comunicación?”, pregunta que interviene la interrogación que había presidido estudios anteriores: “¿Qué hacen los medios con la sociedad?”

En nuestros días el objeto de mayor atención de los investigadores en comunicación son los procesos culturales, vale decir que se prioriza a las culturas como emisoras de mensajes, a los mensajes populares en sus manifestaciones lingüísticas, artesanales, religiosas, musicales, etc., asimismo, a los medios de difusión de estos mensajes poniendo énfasis en la apropiación de instrumentos tecnológicos por aquellos grupos que antes no tenían acceso alguno a dichos medios. En este aspecto, ha sido relevante la teoría de la comunicación alternativa puesta en boga en décadas pasadas.

A) Los símbolos de prestigio y de valor (aspectos centrales en la cultura) son de los sectores elitistas: lo urbano está valorizado sobre el sector rural-campesino y su extensión subproletariada en la ciudad; lo

empresarial sobre lo obrero; la ascendencia europea sobre la indígena; el hombre sobre la mujer.

B) Otro elemento central en la organización de la cultura son los mitos. El mito dominante, que dirige el concepto de la historia es el mito del “desarrollo y modernización” que establece como meta el patrón de producción, consumo y organización de vida de las élites en los países industrializados, este patrón se extiende a las élites en las sociedades latinoamericanas. Toda la historia, pasada y futura, se escribe desde la perspectiva de las élites.

Una dimensión de este mito de desarrollo y modernización es el modelo de superación individual en un mercado libre de talentos. Este mito de la superación pone como meta la socialización familiar, la educación, la estructura industrial, etc.; la movilización de la vida para “subir” a posiciones empresariales y de altos administradores, para disfrutar, así el mismo patrón de consumo de estos sectores. El sentido del trabajo no es la contribución solidaria a otros trabajadores, sino, más bien, ganar una posición más alta en la jerarquía para uno mismo o para los hijos. La sociedad se concibe como una escala competitiva, eliminando como inútiles a los que pierden en cada concurso y destinándolos a una posición de inferioridad.

Aunque la superación y la modernización es el mito dominante

de los países nortatlánticos, es una ironía que el escepticismo y cinismo sobre los mitos culturales de la nación se encuentren mucho más fuertes en la élites. El patriotismo y la aceptación más profunda de la mitología se encuentra en las clases populares. Para las clases subalternas, estos mitos son más distantes, más sagrados. El “conservadorismo” de la clase obrera es un fenómeno bien comprobado en casi todas las sociedades industriales.

C) Los medios de comunicación social, el foro para la creación, celebración y mantenimiento o cambio de la cultura están dominados por las clases hegemónicas. Dada la estructura empresarial de los medios y la dependencia de la publicidad para financiarlos, la información, el entrenamiento, etc., son mercancías y el acceso a los medios depende del poder económico. Muchos estudios han demostrado que en la producción de las noticias, por ejemplo, la red de noticias se enlaza con las oficinas de relaciones públicas de los sectores empresariales y administrativos, de manera, pues que la perspectiva en la prensa y en los medios electrónicos siempre favorece a las élites. Los medios masivos más populares se definen como entretenimiento aun en las noticias superficiales. Los periódicos “de calidad”, con un análisis más profundo, se orientan hacia las clases pudientes en un lenguaje y formato que siguen el estilo de pensamiento de estas clases. Sería posible producir noticias con un

análisis más profundo para las clases populares, pero esto no es económico, especialmente si tomamos en cuenta la captación de la publicidad orientada a los sectores con poder de compra.

D) En el sistema educativo, otra institución importante para la creación de cultura, las élites tienen acceso a las mejores escuelas. El sistema educativo se orienta a preparar sus alumnos para entrar en la universidad, aunque muy pocos lleguen a ese nivel.

E) La religión en América Latina juega un papel importante en la definición de la cosmovisión y del sistema de valores de la cultura. El “Catolicismo (y el Protestantismo) Oficial” es un catolicismo de la clase media urbanizada, mientras que la religiosidad popular se considera supersticiosa y emotiva. La teología de la liberación, que refleja la perspectiva de las clases populares más organizadas políticamente, es tratada con sospecha. Las comunidades eclesiales de base, con su estilo informal de participación y de diálogo horizontal, se consideran algo para los barrios pobres, mientras la clase media prefiere tener una iglesia clerical y jerárquica.

F) En la expresión artística, las bellas artes están percibidas como la norma y la expresión ideal de la cultura. Las artes plásticas, teatrales y la literatura se consideran una producción cultural por y para las mismas clases hegemónicas.

Sucre, julio 1997.