

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE
LA CIUDAD DE MÉXICO**

**MAESTRÍA EN
PENSAMIENTO Y CULTURA EN AMÉRICA LATINA**

**LA PLURALIDAD SINCRÉTICO-SIMBÓLICA DE LA
COMUNICACIÓN INTERMEDIA COMO ELEMENTO DE
RESISTENCIA ANTE LA TRANSCULTURACIÓN GENERADA
POR LA CULTURA DE MASAS**

**TESIS
QUE PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRO EN
PENSAMIENTO Y CULTURA EN AMÉRICA LATINA**

**PRESENTA
JORGE MARTÍNEZ FRAGA**

**DIRECTOR DE TESIS
DR. ÉDGAR LIÑÁN ÁVILA**

MÉXICO, D.F.

JUNIO DE 2011

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS ©

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

UACM3 TDV136

TRES SINCEROS AGRADECIMIENTOS PARA TRES
AUTÉNTICOS AMIGOS

Mónica Ríos

Elizabeth Padilla

Edgar Linán

ÍNDICE

Introducción.....	4
1. La cultura y su imbricación con el simbolismo de la comunicación humana.....	11
1.1. Cultura y simbolismo	16
1.2. El carácter sincrético y plural de la comunicación humana	30
1.3. El significante y significado, cuestión de usos y contextos	41
2. La fetichización de los medios masivos de comunicación.....	47
2.1. Cultura de masas y fetichización.....	53
2.2. La permanencia del icono sobre la idea/pensar.....	68
2.3. Contubernio entre los medios masivos de comunicación y grupos de poder político y económico.....	77
3. Multiculturalismo vs globalización de la cultura.....	90
3.1. El relativismo cultural ante la omnipresencia del poder mediático.....	107
3.2. Las realidades específicas, objeto del relativismo cultural.....	113
3.3. El conflicto entre globalización e identidad cultural	122
4. La comunicación intermedia ante el fenómeno de la globalización cultural.....	128
4.1. El grupo y su dinámica comunicacional	132
4.2. La comunicación intermedia en un grupo social.....	143
4.3. La comunicación intermedia y la cotidianidad.....	149
Conclusiones.....	170
Fuentes de consulta.....	175

INTRODUCCIÓN

En la cultura latinoamericana, el amor a los próceres, a los caudillos a los que denotan triunfos póstumos corre por cuenta de las leyendas, fábulas, panegíricos en los cementerios y en la vida del pueblo. La historia no es la recapitulación del pasado sino la generadora de identidades donde la "patria" se materializa en las potencialidades, casi nunca logradas, para salir de la pobreza y alcanzar un bienestar para todos.

¿Qué ha sucedido? ¿Cómo vamos? ¿Vamos bien? ¿Quiénes somos? La historia es esencia de los pueblos y los historiadores (asumidos como una especie de Homeros) la convierten en un costal de símbolos: banderas, escudos, himnos, retratos, que ilustran los sacrificios de nuestros antecesores para que los actuales vivos "gocen del fruto de sus batallas".

La historia y la cultura son en buena medida las costumbres, los usos sociales: los testimonios de lo oficial y lo particular. Los ademes de la historia popular son los diferentes vocabularios o, mejor dicho, los lenguajes que evocan el poder, la educación informal, la libertad de expresión, la dignidad del grupo, las actitudes aprendidas en la convivencia. Por eso la historia no oficial (la auténtica) es el espacio, el reducto que preserva del olvido a las generaciones actuales que aún no han construido la historia pero que están edificando el presente y el futuro que fatalmente se convertirán en historia.

La comunicación humana, a partir de los anteriores supuestos, la condiciona la oralidad popular, el analfabetismo funcional, y la nueva élite "ilustrada" que se asume prepotentemente como la recipientaria de la verdad histórica. En esta guerra sorda se inscriben diferentes niveles comunicacionales: el personal, el intermedio y el masivo.

En nuestros días los medios de comunicación colectiva ocupan un lugar preeminente, sin lugar a dudas, en las sociedades del mundo, ya sean desarrolladas o subdesarrolladas.

La cuestión de la objetividad en la fundamentación epistemológica de la comunicación resulta un tema central en textos y debates. La objetividad en la comunicación puede apelar al hecho de que algunas de sus metodologías permitan métodos concretos replicables; es decir, métodos que evidencien coherencia y potencialidad para diversas interpretaciones o propicien discursos que no pretexten disfraces de objetividad.

He observado que el problema de la escisión histórica-comunicacional es producto tanto de la mistificación de los medios como de los intereses políticos y económicos de los encargados de proveerla. Así, el antagonismo entre la realidad y la detención del poder mediático resultan un objeto de estudio digno de desconstruirse, puesto que todo acto de comprender está correlacionado a una tradición o cultura que permita al sujeto interpretar de cierta manera un fenómeno.

En el concepto de masa subyace la ideología dominante y legitima verticalmente una construcción demagógica: "Ahora todos somos masa". Existe, de hecho, una intolerancia hacia la diferencia, cuando es evidente que la diferencia es sustancia del ser humano.

El fenómeno de la comunicación es esencialmente cultural con conexiones evidentes en lo económico y político. Me refiero a que con el boom de las tecnologías para comunicar a nivel masivo, se generaron transformaciones en prácticas y proyectos sociales, económicos, políticos y culturales en diversidad de países, y México no ha sido la excepción. En el caso mexicano, las tecnologías comunicativas fueron vistas en un principio como condicionantes para un desarrollo económico y educativo; sin embargo, ahora es posible observar que esas tecnologías han propiciado una fusión: informar para despolitizar y dar entretenimiento. Esta estrategia se lleva a cabo con el contubernio del poder político y los concesionarios de los medios.

No hay que olvidar que en las diversas actividades humanas la cultura y el conocimiento permanecen en una relación sujeto-objeto, donde esa relación no es reduccionista sino que el espacio donde se dan es de relaciones bajo la influencia de la tradición cultural particular y grupal. La cultura refleja la condición, el ambiente y lo que pueda representar a manera de diferenciación en los diversos grupos, aunque estén inmersos en la materialidad social de los procesos y prácticas que la caracterizan, a la cultura, por supuesto.

Problematizar sobre la comunicación humana, en una sociedad tecnologizada, además de una cuestión epistemológica, es un asunto de relevancia económica, política e ideológica. Implica disertar sobre formas y realidades socioculturales y converge en críticas e interpretaciones sobre la sociedad. Su análisis histórico y teórico alerta sobre la necesidad de desentrañar la “producción de la cultura” en un eje o dimensión subjetivo-objetivador que enfatice la perspectiva histórica donde el sujeto y el objeto se ubiquen interrelacionados mediante modelos multidimensionales.

En la comunicación intermedia se identifica una interacción simbólica referida a las capacidades comunicativas de los individuos y grupos. Ellos son cognoscentes y constructores del significado de los mensajes interpersonales y grupales en una acción social-comunicativa real y flexible con altos niveles de retroalimentación inmediata, cosa que no sucede en la comunicación de masas. En este ensayo se ha adoptado el concepto comunicación intermedia para denominar las experiencias comunicacionales de los individuos no inscritas en la comunicación de masas, ni en la interpersonal, sino aquéllas que se concelebran a nivel básicamente grupal, entre el otro y la masa, en medio.

El orgullo de pertenecer a un grupo conlleva defender ideales, aunque la vida personal se modifique en cierta manera. Es el presupuesto de la comunicación intermedia y el precio por pagar en el proceso de construcción de imágenes y solidificar el impulso por la pertenencia socio-grupal. La comunicación intermedia así es consecuencia de influencias de procesos de socialización grupales.

El propósito de este estudio es desmitificar lo concerniente a la comunicación y cultura de masas restringidas dentro de un marco de comunicación masiva. Planteo la necesidad, ahora, de redefinir los papeles, metas, funciones de la cultura de masas frente a la dinámica de la espontánea comunicación intermedia que se da en los grupos sociales. Semióticamente asocio a la comunicación intermedia como un sistema de signos que extienden prácticas de comunicación social grupales. De esta manera, la comunicación intermedia, a diferencia de la masiva, se apropia de un lenguaje *sui generis* (en todas sus modalidades, no sólo lingüísticas) para expresar lo aprendido por los individuos integrantes del grupo; se manifiesta un cúmulo paralingüístico de comunicación simbólico, pleno de sentidos, según el contexto y las condiciones de la realidad. Por eso se trata de una comunicación sincrética múltiple. Es decir, la comunicación intermedia es perfilada por variados elementos de socialización donde los individuos, en grupo, se comunican teniendo como herramientas lenguajes con gran carga connotativa. Esto significa que los mensajes dados en la dimensión de la comunicación intermedia son evidencia de un dinámico intercambio de roles entre el emisor y receptor los cuales según la experiencia coyuntural de comunicación, pueden invertir esos papeles, al contar con un repertorio referencial decodificable.

La intención primordial de la comunicación que nos ocupa en este texto parte de la capacidad de las personas para externar información en actos comunicativos que implican interacciones de comunicación a través de reconocer la aptitud de los individuos que se comunican en grupo teniendo como cimiento marcos de referencia coincidentes a fin de decodificar los mensajes y concelebrar así experiencias comunicativas lo más plenas posibles.

La disección de este planteamiento general se presenta en cuatro capítulos donde se intenta exponer los ademes de la comunicación intermedia en categorías que la contienen y contextualizan. A saber:

En el primer capítulo, titulado *La cultura y su imbricación con el simbolismo de la comunicación humana*, se expone la relación casi simbiótica entre cultura y comunicación humana, al considerar a esta dualidad como dos columnas fundamentales para comprender el carácter simbólico del fenómeno comunicacional, arropado en signos de diversas características cuyo origen parte de la riqueza de usos y costumbres de la sociedad.

El capítulo dos, *La fetichización de los medios masivos de comunicación*, trata sobre esa suerte de fatalismo, generado por los contenidos de los medios, que refiere la formula capitalista para sublimar los contenidos y las mercancías ofertadas. En esta práctica se explica la asociación entre los concesionarios de los medios con grupos de poder político y económico.

El tercer capítulo, *Multiculturalismo vs globalización de la cultura*, pretende argumentar sobre una realidad insoslayable: ante el poder mediático existe el relativismo cultural para, en buena medida, detener aquel poder y así reforzar y preservar prácticas individuales y grupales, conceptualizadas como experiencias de identificación cultural.

El ensayo termina con el capítulo cuatro, *La comunicación intermedia ante el fenómeno de la globalización cultural*. Aquí la exposición se centra en la necesidad de reconocer otro nivel de comunicación plenamente humana diferente a la virtual masiva, como son los casos de algunos movimientos civiles acontecidos en México. Se habla del grupo, concebido como unidad esencial de la comunicación humana y cimiento de la comunicación intermedia, puesto que ésta explicita inercias psicológicas correlacionadas con aspectos ontológicos de los individuos por pertenecer a grupos de iguales donde existan marcos de referencias coincidentes que ayuden a reivindicar necesidades de expresión cultural y ciudadana a través de la exteriorización de diferentes lenguajes.

CAPÍTULO I

La cultura y su imbricación con el simbolismo de la comunicación humana

En el mismo período en que Hegel construye su filosofía, Simón Bolívar comanda la lucha de emancipación americana. Son dos contemporáneos que pensaron el pasado, presente y futuro desde perspectivas diferentes. Hegel consideró a nuestra América como pueblos sin historia, en cambio Bolívar, junto con Hidalgo, Morelos, Artigas buscaron convertirla en historia independiente.

Los conocimientos y saberes, desde siempre, no son neutros tampoco los proyectos políticos y económicos que paulatina e incesantemente han sido impuestos en territorio latinoamericano.

Con frecuencia se olvida, en la concepción de sociedad, a través de los discursos teóricos, considerar que nuestras sociedades tan complejas han luchado por reivindicar tres aspectos sustanciales: dignidad, justicia y autonomía. Pero las estrategias de dominio han polarizado los proyectos políticos y económicos a fin de preservar las condiciones de privilegio de las clases que detentan el poder.

A pesar del fenómeno de la globalización, observo una inercia en nuestra sociedad por preservar a un México "profundo", con sus valores, habla, aspiraciones, ritos.

Esto tiene relación directa con la cultura. Los fenómenos culturales son en esencia la no uniformidad de la realidad social y la necesidad de apreciar la racionalidad del otro y su derecho por adoptar creencias, ideología, valores empáticos a su ser individual y social.

La simbiosis entre cultura y comunicación conlleva a detenernos en lo que José Ortega y Gasset llama "nostrismo" o "nostridad" y que me es muy útil para empezar a entender la comunicación humana, donde "los actuantes se responden mutuamente, se corresponden".¹ Es una experiencia de "contar con", un acto de reciprocidad. Para Ortega este es el principio de la condición social de los hombres.

Con la comunicación aparece la colectividad, una suerte de inter-individualidad en la dinámica de la convivencia; ésta sería, para Ortega, "hallarse los hombres entre sí y yo entre ellos".² La relación nosotros es la primera forma de sociabilidad. Ortega le llama "trato".

Para el filósofo peruano David Sobrevilla, se entiende por cultura la "creación y realización de valores, normas y bienes materiales por el ser humano".³

El filósofo español Jesús Mosterín la define como "la información transmitida por aprendizaje social".⁴

¹ Ortega y Gasset, José. *El hombre y la gente*. Madrid, Edit. Revista de Occidente. Colección El arquero, 1967, p.123.

² *Ibid*, p. 18.

³ Sobrevilla, David, en Olivé, León. *interculturalismo y justicia social*. México. UNAM, 2004, p. 25.

⁴ *Ibid*, p. 27.

El aprendizaje social conlleva a transmitir información a través de lenguajes verbales y no verbales y a usar algún medio para su difusión, ya sea personal, grupal y masivo. En todos los casos la información se codifica y se interpreta.

Una concepción de cultura con un tinte antropológico es la que propone E. B. Taylor al definir cultura como “aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, las leyes, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre en cuanto miembro de una sociedad”.⁵

Por su parte, Luis Villoro indica que la cultura es “el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias”.⁶

León Olivé realiza una sistematización de elementos relacionados con cultura, retomando conceptos de Kymlicka, Salmerón y Villoro, a saber:

“Una cultura es una comunidad que tiene una tradición desarrollada a lo largo de varias generaciones, cuyos miembros realizan cooperativamente diferentes prácticas, por ejemplo cognitivas, educativas, religiosas, económicas, políticas, tecnológicas, lúdicas –lo cual significa estar orientados dentro de esas prácticas por creencias, normas, valores y reglas comunes– que

⁵ *Ibid.*, p. 30.

⁶ *Ibid.*, pp. 30-31.

comparten una o varias lenguas, una historia y varias instituciones, que mantienen expectativas comunes, y se proponen desarrollar colectivamente proyectos significativos para todos ellos".⁷

Como se ve, las definiciones de **cultura** son muy variadas y en cualquiera es posible encontrar algún elemento **constitutivo** interesante. De ahí que la cultura al ser integralmente un universo de rasgos materiales, espirituales, ideológicos que perfilan a una sociedad o grupo social, engloba modos de vida, ceremoniales, arte, tecnología, creencias, tradiciones. Y es a través de ese **tinglado** que el ser humano busca diversos significados y crea productos culturales que trascienden socialmente.

Los significados que el individuo puede dar a las manifestaciones culturales se traducen en diferentes lenguajes con gran carga simbólica acerca de visiones del mundo. Esto no se da de manera espontánea ni por "arte de magia", todo opera mediante instituciones que detentan espacios de poder, tales como el gobierno, la iglesia, las leyes del mercado, la familia, los medios de comunicación colectiva, la escuela.

A medida que estas instituciones, según sus intereses, vayan cambiando sus planes para la detención del poder, se pueden generar cambios en la interpretación de signos y símbolos culturales con un determinado grupo social. El hecho implica una asimilación cultural en relación directa con los nuevos significados que se vayan manejando al interior del grupo social. De esta manera se evitan tensiones y se

⁷ *Ibid.*, pp. 31-32.

mantiene un fluido comunicacional con alto grado de empatía en los marcos de referencia.

En el trato (casi sería redundante calificado de social) deseamos capturar las coincidencias con el (los) otro (s), pero con frecuencia surge una tendencia para calificarlo de "distinto". Esto obedece a roles sociales, marcos de referencia, parámetros axiológicos, sentimientos y el sistema de símbolos introyectados por los interlocutores.

¿Cómo relacionar lo anterior con las prácticas culturales de los individuos y su potencial comunicativo?

Si consideramos a las culturas como "territorios" con fronteras y líneas que pueden o no traspasarse, se puede decir que algunas culturas restringen la movilidad interna de sus miembros; es decir, adoptan una cualidad territorial, local, regional. Conforman un espacio cultural determinado. Asimismo, se pueden presentar casos donde las culturas fomentan la expansión, "afirman su derecho global o universal sobre la totalidad del espacio cultural en cuyo centro se encuentran y desde donde tratan de alcanzar otras áreas culturales".⁸

Estas culturas rebasan el localismo y alcanzan un punto de vista universal. Independientemente de estos puntos básicos, los seres humanos, insertados en sus

⁸ Dascal, Marcelo. *La ecología del espacio cultural en Relativismo cultural y filosofía*. México. UNAM. 1992. p. 384.

culturas, poseen el lenguaje que les permite manejar y accionar la comunicación dentro de una gran variedad de situaciones.

El lenguaje, así genéricamente considerado, a manera de gran categoría, merece el crédito para sustanciar la capacidad comunicacional de las culturas, puesto que los mensajes están referidos a formas de organización del medio ambiente, religión, memoria colectiva, identidad, arte, reglas de convivencia; en fin, un complejo entramado de signos, códigos y significados que evidencian la dinámica experiencia de la comunicación humana, a manera de sistemas de lenguaje adquiridos en el insoslayable proceso de socialización.

El individuo, en sociedad, alterna permanentemente su papel de emisor y receptor de mensajes. Este hecho centra el fenómeno en la identidad y consecuentemente en la diferencia cultural. Si hablamos de comunicación y cultura considero que es más útil pensar en relacionar las diversas culturas que ordenarlas cronológicamente en el tiempo. En el siguiente inciso se tratará de explicar esta posición, teniendo como eje rector la simbología implícita en la cultura y –sobra decirlo– el acontecer incesante dentro de esto de la comunicación humana.

1.1. Cultura y simbolismo

Valores, actitudes, normas, creencias, lenguaje, arte, moda, historia, etc., tienen un vínculo indisoluble con la cultura. Estos elementos conllevan a preguntarse ¿quiénes

somos? Si somos un complejo entramado de expresiones sociales, entonces la cultura será una especie de imaginario social donde el símbolo construye la realidad. No hay el mundo real y el simbólico. El primero siempre es simbólico. Ante esto, el signo – como insumo básico de lo simbólico – es convención y sólo denota conceptos que se pueden traducir a diferentes formas simbólicas que evoquen diversos significados e interpretaciones.

El símbolo se puede entender como una variable de la realidad social. Implica preguntas como ¿Qué significa? ¿Qué sustento tiene? El lenguaje, los objetos, las cosas son unidades significantes diversas. Denotan y significan una relación estrecha que conduce a una posible comprensión. Es decir, a acumular un significado según el contexto histórico y cultural en que se trate de entender. Esta evidencia de percepción se puede llamar simbolismo, donde se da sentido y se connota a los símbolos. Se activa la capacidad de interpretación de los individuos en sistemas racionalizados de comprensión.

En la sociedad contemporánea la relación entre significantes produce un efecto de sentido. Según Hugo Sáez, el más evidente es que “la mercancía se apropia de todos los significados e impone sus propios códigos. Todo signifiante se convierte, potencialmente, en un fetiche para la identificación inmediata y automática de los individuos, una marca para que la imaginación se traslade a mandos remotos, una condición para ingresar a un grupo social. El signo, estructurado de esta manera, posibilita el reconocimiento de posiciones en el cuerpo social. La cultura, en

consecuencia, sólo produce valores simbólicos”.⁹ Sería una sublimación de la cotidianidad.

Al ser la cultura una cosmovisión implica tanto sistemas de valores y creencias así como modelos cognitivos para entender la realidad. Los sistemas de creencias permiten diferenciar esquemas axiológicos que se manifiestan en diferentes interpretaciones e intenciones del “otro” en la interacción social.

La cultura, así entendida, es un proceso en el que cambia constantemente el significado de las acciones de los individuos y grupos según el contexto social donde se ubiquen, de manera que encontramos formaciones socioculturales, que se han venido construyendo históricamente en cada región.

La cultura se arraiga en un individuo, pero también se desplaza al ámbito de las relaciones sociales y grupales. Esta dualidad, ser individual y grupal, la hace una realidad simbólica, casi como representación de la realidad material; pero al ser simbólica es intersubjetiva.

En este sentido, la definición de cultura propuesta por Guillermo Bonfil es muy atendible: “El plano general ordenador de la vida social que le da unidad, contexto y

⁹ Sáez, Hugo Enrique. “*En torno al concepto de cultura*” en *Globalización, educación y cultura, un reto para América Latina*, México, UAM, 1992, p. 101.

sentido a los quehaceres humanos, y hace posible la producción, reproducción y la transformación de las sociedades concretas".¹⁰

Habría que reparar en la afirmación de que la cultura provee de "unidad" a los quehaceres humanos. En cierta medida sí, pero también habrá que considerar el carácter variado de la cultura que es donde las sociedades se matizan y por tanto propician un mosaico de costumbres entre los diferentes grupos humanos.

Lo social es tan complejo que para Hugo Zemelman "se opone a los intentos de homogeneización propios del poder estatal".¹¹

En efecto, la realidad socio-histórica tiene muchos significados. La tarea inicial es destacar que los conceptos se construyen más lentamente que la dinámica de la realidad. Esto es, los conceptos no necesariamente reflejan la realidad histórica: educación, política, cultura, arte, etc., sino que aquéllos son convenciones lingüísticas para representar la realidad.

Aquí hay un desajuste que yo diría casi fatal entre conceptos y realidad. La cuestión está asociada a la complejidad política y social de nuestros días, puesto que no existe una "neutralidad racionalista" dentro de la sociedad tecnologizada.

¹⁰ Bonfil, Guillermo, "La querrela por la cultura", Nexos, núm. 100, abril de 1986, en Zemelman, Hugo, "La cultura y el poder". en América Latina, hoy, p. 166.

¹¹ Zemelman, Hugo, *La cultura y el poder en América Latina, hoy*, México, Siglo XXI, 2002, p. 168.

La comprensión de los procesos vivenciados se refuerza repensando o reconstruyendo la historicidad de los fenómenos. En lo fundamental, se trata de pensar la realidad como una categoría histórica que impulse el conocimiento crítico, entendido como la facultad de correlacionar el pensamiento con un propósito de transformar la realidad (o una parte) en relación directa con la autorrealización comunitaria.

La historia no es sólo entrelazamiento de tiempos, es concatenación de espacios, lo cual no quiere decir exactamente divisiones territoriales políticas sino una suerte de levantamiento de inventarios que desmonte mecanismos de entender la realidad y ayudar a construir una combinación razonada entre pasado, presente y futuro. De esta manera, la historia, para significar la realidad, se sitúa como el aspecto crítico de una práctica hermenéutica tendiente a estudiar el objeto y/o el fenómeno (entiéndase a los hombres como reflejo de todas las formas de su vida histórica). La esencia es ubicar a la realidad como reflejo de un proceso y no como hechos surgidos por generación espontánea.

La des-construcción de la concepción de historia no puede ser sólo empírica. Debemos considerar la necesidad de liberar a la teoría de la historia de cualquier compromiso con la temporalidad empírica, entendida como resultado del pasado, a manera de un simple "continuum" (continuidad homogénea del tiempo) cuya única finalidad es llegar al presente.

Lo anterior conlleva a entender la historia como la imposibilidad de encontrar un pensador único y un discurso unitario; por el contrario, dar sentido a los hechos

estudiando la manera en que diferentes sistemas reaccionan unos sobre otros. Sería una suerte de tender puentes relacionales a fin de identificar sus estructuras.

El problema en que nos encontramos es equivalente al descubrimiento de la evolución para interpretar la historia. Es un salto, una ruptura. Pasar de un mundo percibido como fijo al de uno en movimiento, en su sentido más general concebido como modo de existencia de la materia, atributo inherente a ella, que considere los cambios y los procesos que se producen en la realidad (o un segmento de ella) desde el simple cambio de lugar hasta el pensamiento, poniendo énfasis en las estructuras y no únicamente en el movimiento.

Historia y estructura son un conjunto de significados. En una inicial aproximación podemos decir que una estructura es un sistema de transformaciones que se conserva y se enriquece mediante el juego de sus transformaciones sin que éstas concluyan fuera de sus fronteras. Así, una estructura implica una formalización que dé lugar a una teoría y/o un modelo hermenéutico. Estas formalizaciones dependen del sujeto que formaliza sin descuidar la génesis histórica de la estructura por desconstruir. Esta heurística no extrae el objeto de la historia, sino la formación de aquél sin desprender la(s) estructura(s) que lo configuran y las acciones de los hombres sobre ella(s).

Los estudios culturales enfatizan el contexto social en que todos y toda comunicación se hace y se recibe. Los dos niveles antes mencionados: la no uniformidad de la realidad social y la necesidad de apreciar la racionalidad del otro conllevan a entender o ubicar el estudio de la cultura dentro de una perspectiva

integrada de la realidad material, aunque no necesariamente idéntica para todos los países y regiones que los integran.

La idea de americanismo, entendido como una sociedad que intenta construir hombres libres mediante la aniquilación de procesos microfascistas, lleva a la homogeneización y estandarización. Pero, siempre habrá una alternativa que rebase las prácticas corporativas a fin de descubrir diferencias entre individuos y grupos donde aparentemente no las hay. Una vía para lograrlo son las intersubjetividades, entendidas como espacios de libertad para convertirse en barreras ante las leyes del neoliberalismo; dependen del cambiante proceso social y actúan como revulsivos ante las "irritaciones" producidas por el despotismo de la comunicación de masas. Ante este escenario pervive la comunicación intermedia en una realidad casi paradójica pero donde existen espacios de una comunicación más identificable y menos fugaz.

Las intersubjetividades identifican la singularidad de los acontecimientos. Aquí el sujeto se asume como un intérprete, descubre que las afirmaciones, inicialmente consideradas como verdaderas, son oscuras y superficiales. El sujeto observa, visualiza y revela nuevas vertientes. Lo que le interesa es sistematizar, para su estudio, prácticas sociales diferentes no por el azar sino debido a un sinnúmero de "flujos semiotizados" que construyen la cultura. Lo sobresaliente es que todo conocimiento, al ser producción humana, abre espacios donde se libere el pensamiento, a manera de un proceso evolutivo donde se generen ideas con la "destrucción" de las precedentes. Es decir, romper antiguas ataduras para ofrecer alternativas en beneficio de la sociedad.

El surgimiento de formas simbólicas propicia patrones de pensamiento cultural y comportamiento, con una tendencia a la fragmentación más que a la uniformidad. En nuestro tiempo los individuos se adecuan a vivir en culturas que podrían denominarse no del todo inclusivas al aceptar compuestos policulturales: un repertorio de vida y estilos o bien una constelación de gustos cuya médula son las tradiciones y rasgos culturales sustantivos.

Las formas simbólicas en la comunicación humana se mueven, transcurren en un ambiente alimentado por la explosión de los medios de comunicación; sin embargo, hay evidencias de que un individuo en sociedad combina tradiciones y prácticas culturales locales con los bombardeos informativos e icónicos de la comunicación masiva.

La cultura es simbólica y sincrética, lo cual conduce a pensar que en la intimidad telemediada no hay un radical déficit de la plenitud de la experiencia humana comunicativa sino que permanecen elementos culturales con dimensiones notorias como híbridos culturales.

La construcción cultural implica una fusión y mediación material y simbólica, lo cual conlleva a una especie de reto para navegar en un mar de materiales mediáticos junto con territorios propios de la religión, la familia, preferencias estéticas, los valores, etc. Es decir, los individuos y grupos abrevan de variados espectros de recursos culturales, incluyendo valores universales y materiales internacionales importados, culturas nacionales e influencias regionales, además de circunstancias locales que componen las características más cotidianas y semillas de la vida diaria.

James Lull, categóricamente afirma: "En un momento en que las discusiones sobre la globalización y la cultura tienden, comprensiblemente, a girar en torno a la tecnología de la información e Internet, es muy importante tener en cuenta que el fenómeno que manifiesta todavía un mayor significado en el contexto global con respecto a la circulación de formas simbólicas es la expansión sin precedentes de todo tipo de formas de cultura popular no transmitidas por Internet".¹²

En lo anterior subyace o late una actitud de los individuos a adherirse a la cultura "común".

Las civilizaciones reflejan distintas formas de pensar y de sentir que son expresadas en lenguajes no verbales y verbales. A pesar de los evidentes círculos culturales entre naciones desarrolladas y subdesarrolladas, las personas tienden a permanecer en espacios donde encuentran signos de identificación con aquellos lenguajes y códigos que les son familiares y que les permiten descifrarlas sin esforzarse demasiado en aprender el lenguaje usado por las diferentes fuentes de comunicación humana.

Para entender este planteamiento debo mencionar el contexto, un plano para referenciar la polémica sobre la condición de la cultura actual a partir de dos coordenadas monumentales: *la modernidad y la posmodernidad*.

La modernidad supuso el triunfo de la razón, de la "verdad", del progreso y la fe o voluntad de conseguir más espacios de libertad y derechos ciudadanos. Algunos de los

¹² Lull, James. *Supercultura para la era de la comunicación en Media, communication, culture: a global approach*. Cambridge, UK, Polits Press, 2000, p. 10.

hombres ilustrados del siglo XVIII insistieron en revalorar categorías como bondad, belleza, verdad científica, casi como utopías que fueron solidificándose con alguna consistencia en el pensamiento de individuos y naciones. Pero en los dos últimos siglos nos hemos dado cuenta que las guerras, los fundamentalismos, la tecnología, usada con fines mezquinos, el racismo, la xenofobia han hecho repensar y observar de otra manera la civilización actual (o incivilización) para diseccionar las bondades de la modernidad y verse impedido a abrir alternativas y nuevas miradas a fin de entender nuestros días.

La modernidad, con su intención totalizadora, establece las bases de un discurso cuyos insumos son: el nacionalismo, la industria cultural, la política hegemónica. De ahí que la modernidad conlleva a entender la realidad social como un orden determinado por los hombres. El paso de un orden recibido (dogma religioso) a un orden producido. El nuevo modelo social tiene como estructura reforzadora a la política que en buena medida ya no está supeditada a los preceptos religiosos.

Se podría decir metafóricamente que la modernidad es la "moral" del Estado. En Latinoamérica, un elemento que instauro la modernidad es la gran ciudad capital, a manera de connotación política para conformar el centralismo federativo; aunque en nuestros días las grandes capitales latinoamericanas se hayan convertido en evidencias híbridas y heterogéneas de la cultura y la política.

En otras palabras, la modernidad dio paso al espacio de la postmodernidad al resquebrajar la imagen del Estado como omnioferente y generarse un desencanto en

el ciudadano al darse cuenta que el presente y el futuro no son promisorios como preconizaba la retórica política. Bajo la modernidad, el nacionalismo es el uniforme oficial del Estado. Es la forma de buscar una identidad inmediata para cohesionar pedazos de la vida cotidiana de las mayorías como una forma de compensarlas por la carencia de una auténtica democracia.

En Latinoamérica, esta manera de promover el nacionalismo tiene en la industria cultural su principal aliado, al desbrozar el camino de una homogeneización consumista; el nacionalismo, así visto, se adquiere, se convierte en un híbrido con permanentes acomodados mercantiles. Si la modernidad tenía como soporte la planificación de la dinámica social, la postmodernidad transforma el acontecer social en bien mercantil o producto industrial. Sin embargo, el consumo masivo de la cultura y del mercado en general, en nuestros días, no es del todo homogéneo en Latinoamérica porque existen evidencias de saturación por parte de los medios en su afán de dirigir predisposiciones consumistas.

Norbert Lechner advierte que una marca de la postmodernidad es la negación por el hastío del futuro y del pasado: vale más vivir y negociar el presente. El pasado heroico que nos homogeneizaba tanto como la promesa de un futuro edénicamente tecno-científico pasan a segundo plano, y la tenencia de tecnología es lo que establece los patrones definitorios.¹³ ¿Qué hacer? Valorar y alentar la inercia de una cultura heterogeneizadora, a pesar de la insistencia del tan mencionado fenómeno fatal de la globalización. En nuestros días no hay un discurso unívoco. Una verdadera apertura

¹³ Lechner, Norbert. "Un desencanto llamado postmodernidad en Punto de Vista", No 33. sep-dic, 1988, p. 26.

cultural tiene que ver con el respeto a la pluralidad cultural, puesto que la cultura es el espacio donde se construye el universo simbólico de una sociedad. Considero que la llamada globalización de la cultura no puede ser vista como sustitutiva de las culturas regionales y nacionales.

Entender lo anterior en estos días “*postmodernos*”, nos remite a establecer criterios de análisis que conduzcan a dar luz sobre la permanencia de pautas culturales no del todo contaminadas por la globalización cultural. Una posición puede ser observar fenómenos culturales que no encuentran ni lo necesitan acceder a los canales de la comunicación masiva. Es decir, formas expresivas que no buscan rating ni rendimiento económico, que suscitan críticas por ser contestatarias y no buscan complacer a la gente del dinero y del poder político.

La cultura regional, nacional, local, no adherida a la globalizada, forma un sistema de cultura al estar conformada por formas simbólicas, valores, mitos referidos a la cotidianidad en una suerte de imaginario colectivo.

La cultura de masas “no es autónoma en sentido absoluto, puede impregnarse de una cultura nacional”.¹⁴ Esta afirmación de Mauro Wolf conlleva a detenerse en esa aparente contradicción entre las exigencias productivas-técnicas del neoliberalismo con la inercia de la práctica cultural, industrial y grupal. Lo que intento explicar es una

¹⁴ Wolf, Mauro. *La investigación de la comunicación de masas: crítica y perspectivas*. México. Paidós. 2002. p. 113.

dialéctica entre la producción cultural masificada y las necesidades culturales de los individuos a nivel individual y grupal.

Nuestros días postmodernos son evidencia de la diversidad de lenguajes. Para Lyotard¹⁵ la cultura contemporánea es reflejo de una absorción de diferentes estilos, sin importar su procedencia. La realidad virtual de ahora permite una diversificación de la experiencia, donde el discurso legitimizado (o relatos) está en crisis. No hay verdades absolutas sino impresiones subjetivas sobre segmentos de realidad. El saber, dice Lyotard, en estas épocas postmodernas, es producido para venderse y consumirse. Este pensador expone que ahora ya no se pelea por territorios sino para dominar las informaciones y los saberes. Por eso, saber y poder son dos caras de una misma moneda para los “decididores” (la clase dirigente). Lo que prevalece en esta época postmoderna informatizada son juegos de lenguaje, a manera de metanarraciones pequeñas donde, afirma Lyotard, el sentido del conocimiento varía o se descompone y por tanto se dirige al disenso. De ahí que se hayan perdido los relatos del consenso tan aceptados en la modernidad. En cambio, el saber contestatario, heurístico, hermenéutico conforma la preeminencia de los relatos sociales. El pueblo se los apropia, los actualiza; se informa e interpreta.

Lo anterior es un postulado sustancial de la comunicación intermedia, objeto del capítulo IV, pero que en este momento es necesario mencionar para entender que este nivel de comunicación humana también es un tipo de saber, no necesariamente el de la ciencia.

¹⁵Vid. Lyotard, F. *La condición postmoderna*, Madrid, Cátedra, 1998. 125 pp.

La organización simbólica del hombre, su capacidad de percepción cuenta en el momento en que cada individuo es expuesto a contenidos de difusión masiva. De ahí que los mensajes por la vía colectiva encuentran distintos niveles de receptividad, sobre todo por el carácter selectivo que se activa en el momento en que se celebra una experiencia de comunicación virtual medios-receptor.

En el concepto de cultura de masas son de vital importancia los significados y los valores asignados a la información y mensajes recibidos que son interpretados entre los diferentes grupos sociales a manera de reelaboraciones de lenguaje (no sólo en el sentido discursivo) sino en la variada gama de expresiones de la comunicación humana.

No hay que olvidar que los mensajes colectivos deben superar los obstáculos de atención, aceptación, predisposición e interpretación por parte de los receptores. En ese sentido es posible hablar de teorías sobre la sociedad postmoderna, pero no exclusivamente supeditadas a lo que puedan aportar los medios masivos. La sociedad actual es mucho más que la sociedad icónica reducida a los medios masivos.

La historicidad de este fenómeno muestra que el devenir histórico está preñado de múltiples direcciones; es asincrónico con evidencia de incertidumbre. Se cuestiona ahora las ideas de progreso, vanguardia porque ante el recelo de hoy pueden implicar autoritarismo. El discurso postmoderno desconfía de las ideologías y de la "integración" que la utopía ilustrada e industrialista tenía por descontado.

La pregunta crucial es ¿qué es lo que la postmodernidad exalta? De manera inmediata se puede responder: la diversidad, la multiplicidad de lenguajes, proyectos de vida, variedad cultural, aceptación de “otras” estéticas, relativismo axiológico. En buena medida en estas coordenadas se puede ubicar a la comunicación intermedia en una suerte de liberación comunicativa que intenta recuperar lenguajes y discursos que el poder político y económico deseara marginar de la realidad social.

1.2. El carácter sincrético y plural de la comunicación humana

La orientación sincrética de la comunicación rastrea la historicidad del fenómeno e identifica el espacio de lo cotidiano entendido como una manifestación de praxis social, una vía para significar la realidad de la cultura y de su reproducción en la vida individual y colectiva.

El término sincretismo proviene de la antropología cultural y puede definirse como la síntesis de dos o más creencias, prácticas religiosas, sociales, culturalmente distintas e implica un proceso acabado del cual emerge una nueva realidad que no es una simple aglomeración mecánica de características sino un fenómeno nuevo y original.

Implica una auténtica transición donde las culturas intervinientes contribuyen con sendos aportes para el advenimiento de otras realidades culturales. El proceso sufre el desarraigo de una cultura precedente lo que para el antropólogo cubano Fernando Ortiz

sería una parcial “desculturación”, pero además conlleva la creación de nuevos fenómenos culturales que para el mismo autor denomina “neoculturación”.¹⁶

Bronislaw Malinowski, al respecto hace la siguiente analogía: “En todo abrazo de cultura sucede lo que en la cópula genética de los individuos: la criatura siempre tiene algo de ambos progenitores, pero también siempre es distinta de cada uno de los dos...”¹⁷

El sincretismo afecta todo encuentro de cosmovisiones distintas. Es uno de los principales desafíos de los estudios culturales (por supuesto de comunicación) que deben poner su atención en cómo se ha presentado el principio de selectividad de los individuos y grupos en lo referente a la compatibilidad con prácticas culturales y actitudes.

El sincretismo supone principios y normas vigentes en el orden social, político, religioso. Podría decirse que es la expresión del saber social acerca de la realidad de un grupo humano. La dinámica comunicativa del sincretismo conjunta una amplia gama de interlocutores a manera de un sistema radial en expansión tendido desde núcleos de poder que activan y pluralizan la circulación cultural. Gerardo Mosquera afirma que:

“Los ejes económicos, culturales y de comunicación siguen hacia las antiguas – y algunas nuevas – metrópolis. De ahí que las periferias deban acometer esfuerzos más enérgicos para establecer

¹⁶ Vid. Ortiz, Fernando, *Revista Estudios Afrocaribios*, Vol. 5 1945-1946, p. 223.

¹⁷ Malinowski, Bronislaw, en *Introducción*. Ortiz, Fernando. *Contrapunto cubano del tabaco y del azúcar*, Madrid, 1999, p. XII.

y desarrollar circuitos horizontales que actúen como espacios de la vida cultural. Tales circuitos contribuirán a pluralizar la cultura..."¹⁸

En el sincretismo la apropiación cultural no es un fenómeno pasivo. Los individuos, en su condición de fuentes y receptores transforman y resignifican las variables e indicadores culturales según sus diversas visiones. Esta apropiación genera una nueva creación de sentido o una "cultura de resignificación" de los mensajes impuestos por los centros de poder.

Aquí me interesa dejar asentado que el fenómeno del sincretismo cultural en un grupo social es una estrategia transgresora, a pesar de estar en una posición de dependencia. Se confisca, para uso propio, prácticas culturales y comunicativas, cuestionando cánones y modelos hegemónicos.

Para Gerardo Mosquera, "el sincretismo, en mayor o menor grado, ha sido siempre una vía de resistencia y afirmación para los subalternos... En nuestra época global y poscolonial, dice Mosquera, los procesos sincréticos se definen como negociación básica de las diferencias y el poder cultural. Pero aquellos no pueden ser asumidos acomodaticamente, cual solución armónica de las contradicciones poscoloniales. Tienen que conservar el filo crítico. No hay sincretismo real en cuanto unión de antagonismos no contradictorios, sino como estrategia de participación, resignificación y pluralización antihegemónicos"¹⁹ concluye Gerardo Mosquera.

¹⁸ Mosquera, Gerardo. *Notas sobre arte, globalización y diferencia cultural, zona de silencio*, suplemento 65, 2001, p. 12.

¹⁹ *Ibid.* pp. 13-14.

En un riesgoso intento por esquematizar lo anterior, en el proceso de sincretismo que implica también transculturación, podrían enunciarse tres grandes etapas:

- 1) Incorporación de la cultura externa.
- 2) Una pérdida parcial de elementos de una cultura original que puede alcanzar y afectar prácticas culturales.
- 3) Un esfuerzo de recomposición mediante la permanencia de elementos sobrevivientes de la cultura de origen y los que vienen de afuera.

El proceso de invención da cuenta de la creatividad de una sociedad –por eso es una acción inventiva con carga simbólica– que enfrenta el impacto de dos o más culturas. Esto es parte de la *neoculturación*, ya mencionada páginas atrás, y que para el cubano Fernando Ortiz tiene correlación con la *transculturación*, en tanto construcción cultural capaz de reunir raíces culturales diferentes en crisis constante. Por tanto, la transculturación asume la cualidad transitoria de la mezcla, pero no es igual a “aculturación”, en el sentido anglosajón del concepto (simple sustitución de una cultura por otra).

José Vasconcelos, con su gran retórica lo expresa así: “En la América española ya no repetirá la naturaleza uno de sus ensayos parciales, ya no será la raza de un solo color, de rasgos particulares... No será la futura ni una quinta ni una sexta raza, destinada a prevalecer sobre sus antecesoras; lo que de allí va a salir es la raza definitiva, la raza síntesis o la raza integral, hecha con el genio y con la sangre de todos

los pueblos, y por lo mismo, más capaz de verdadera fraternidad y de visión realmente universal".²⁰

Valgan estas palabras de Vasconcelos para ilustrar cómo remover tabúes acerca de la cruza racial (y también cultural) para empezar a entender el perfil humano, social y comunicacional de América Latina. México incluido, claro está.

Desechar prejuicios sobre sincretismo cultural y transculturación es entender que el fenómeno es inacabado, en constante cambio y dinámica. Es una permanente apertura. Significan un elemento de resistencia contra las hegemonías, sobre todo en lo referente la cultura. Las culturas poscolombinas (para algunos el más grande mestizaje de la historia) emprendieron una nueva sociedad por la composición de sus individuos y por su tendencia a reivindicar sus propias utopías.

El sentido del término hombre-mujer conlleva una existencia recíproca del uno para el otro(a): una comunidad de hombres, una sociedad. Los hombres no pueden ser aprehendidos sino hablando con otros hombres en torno de ellos(a). Hablar del hombre-mujer fuera de y apartado a una sociedad es un sinsentido.

El hombre aparece en la socialidad, alternando con otro (a) y otros (as). Es un fenómeno de reciprocidad comunicativa. Esta acción puede ser matriz de una amplia

²⁰ Vid. Vasconcelos, José. *La raza cósmica*, en Obras Completas, tomo II, México, Libreros Mexicanos, 1958, p. 38.

gama de relaciones sociales que tengan como común denominador la potencialidad de la comunicación humana.

La comunicación humana hace del *homo* un ente social. Es el eje rector de un sistema social que recubre la interacción de los individuos y grupos y de su entorno. Las sociedades y los individuos que las integran pueden ser estudiados gracias a sus interacciones e intercambios de mensajes, acción que implica una doble dirección, donde emisor y receptor intercambian alternativamente estos roles. Me refiero al diálogo: la comunicación planamente humana en tiempo real.

Guillermo Orozco indica que: "La comunicación, a diferencia de otras disciplinas u objetos de estudio, es a la vez que paradigma, campo interdisciplinario, fenómeno, práctica o conjunto de prácticas, proceso y resultado, parte esencial de la cultura y la innovación cultural, soporte simbólico y material de intercambio social en su conjunto".²¹

La comprensión de la comunicación, como parte de la cultura, conlleva un peligro de simplicidad conceptual donde "todo se convierte en cultura y comunicación". Ante esto, un inconveniente es el endeble planteamiento epistemológico donde los estudios y teorías de la comunicación sean casi igual al término genérico de cultura. Los postulados sobre comunicación humana deberán, en todo caso, esforzarse por analizar la realidad histórico-social latinoamericana mediante una evaluación de su discurso, ya

²¹ Orozco, Guillermo, citado por Guinsberg Enrique en *Los estudios e investigaciones en comunicación en nuestros tiempos neoliberales y posmodernos*. Anuario de Investigación de la Comunicación, VIII, p. 78.

sea desde los **planos** psicológicos, sociológicos, antropológicos, etc.; es decir, atendiendo a la **interdisciplinariedad**.

Talcott Parsons entendía que la comunicación era un elemento de la cultura, en donde se encuentra un orden normativo social, ya que “una condición de la comunicación es la **observación** de las convenciones y de las normas del lenguaje y del sistema de creencias”.²²

La **comunicación** se concelebra al atribuir significación a un mensaje. Los protagonistas son el emisor y el receptor. El proceso comunicativo implica interactividad, porque supone una influencia recíproca entre el emisor y el receptor; este fenómeno se asocia con la retroalimentación que es el mensaje de regreso, del receptor al emisor, hecho **vital** para que el acontecimiento informativo sea denominado efectivamente como **comunicación humana**.

La **comunicación** conlleva el elemento de la irreversibilidad, presuponiendo grados de **evolución** en el proceso, donde cada fase de la secuencia contribuye a establecer el **significado** de lo que se dice y lo que se hace.

La **comunicación** también es proactiva, ya que los interlocutores se disponen a una transacción de **intercambio** de lenguajes (de diversos tipos, verbales y no verbales) a fin de participar **activamente** en el fenómeno comunicativo. Además, la comunicación humana se da **en un contexto**, al manifestarse al interior de un ámbito o espacio

²² Parsons, Talcott. *El sistema social*, Madrid, Alianza, 1999, p. 22.

sociocultural donde los individuos participantes coinciden en sus marcos de referencia. Esto es, afinidades en el lenguaje utilizado que conduzca a la significación del mensaje.

David K. Berlo lo dice categóricamente: "Nos comunicamos para influir y para afectar intencionalmente".²³

¿Qué justifica la importancia de la comunicación en sociedad? Que genera relaciones entre individuos y grupos. Dirige el cambio y atenúa la tirantez a un nivel tolerable. Esto podría entenderse en el sentido de que la comunicación permite ajustes en las necesidades y particularidades recíprocas de los individuos y por lo mismo propicia una existencia razonablemente "grata".

La génesis de la comunicación implica una acción o mejor dicho una interacción comunicativa donde se deja constancia de dos protagonistas o actores que se comunican: ego, el primer actor que inicia el intercambio comunicativo, y alter, quien resulta ser solicitado comunicativamente por ego. Es decir, serían emisor y receptor. Aunque es necesario aclarar que en una experiencia de comunicación real plenamente humana estos roles se intercambian como consecuencia de la flexibilidad comunicativa y atendiendo al fenómeno de retroalimentación que será como instrumento para evaluar la propia acción comunicativa.

El potencial comunicativo humano cuenta con objetos de referencia casi infinitos para emprender la comunicación. La posibilidad de que la comunicación se dé conduce

²³ Berlo, D. K. *El proceso de la comunicación humana*, Buenos Aires, El Ateneo, 2002. p. 11.

a sus actores a recurrir a un repertorio de lenguajes que poseen ego y alter para nombrar y señalar, el objeto de referencia.

Para Manuel Martín Serrano, "La capacidad de comunicar supone la aptitud cognitiva del ser vivo para adecuarse a la actividad cognitiva de otro ser vivo... La comunicación no es posible sin la participación de las representaciones. Por esta razón, la interacción comunicativa supone en los actores la capacidad para llevar a cabo procesos cognitivos... que permiten diferenciar las distintas expresiones entre los diferentes preceptos".²⁴

De ahí que la comunicación se apropia de expresiones (lenguajes) que activan la capacidad expresiva de ego y alter, al transportar códigos que son decodificados, según la percepción y el marco de referencia de uno y otro.

Al ser la interacción el común denominador de la comunicación humana, significa que comunicarse es asumir vinculaciones en términos de la tradición social con su enorme gama de ordenamientos sociales, construcción de sentido y formación de consensos. La sociedad, bajo esta perspectiva, es un sistema. Según Niklas Luhmann, la sociedad es el sistema social omniabarcador. Y es sistema porque mantiene cierta unidad dentro de sus diferencias al tener una estructura con claros elementos integrados. Los elementos son los lenguajes, signos, símbolos referenciados para emprender la comunicación.

²⁴ Serrano, Manuel Martín. *Teoría de la comunicación*, México, UNAM, 1991, p. 22.

La sociedad es un sistema como consecuencia de que reúne el movimiento de la identidad que es eso, movimiento y además referencia a sí misma.

Esto implica el grado de "unidad" de lo social, aunque parezca paradójico, que conduce a una unidad que genera distinciones dentro de su unidad como sistema. Por eso la sociedad es comunicación autoreferente, es decir, la sociedad en tanto sistema.*

El sistema social está integrado por subsistemas: el económico, el legal, el mediático, el cultural, el político. De ahí que la sociedad actual tiende a ser acéntrica, por su gran cantidad de posibilidades que adquieren un sentido. Es decir, la sociedad es un universo casi infinito de códigos; y esto es un fenómeno propio de comunicación. Los códigos son variaciones de lenguajes que utilizan los hombres y mujeres, miradas individuales y grupales que permanentemente decodifican los códigos y el entorno de pertenencia. El sistema social pues es la "diferencia" resultante del estímulo (códigos y entorno) y del autoprocesamiento y reorganización constante del sistema. Como se ve, el sistema social no tiene límites físicos, tiene capacidad de sentido o de significación. Su racionalidad (la del sistema) no descansa en la racionalidad de los individuos sino en la mezcla de significados, producto de la apropiación de códigos y símbolos. Dice Luhmann que la "actividad del individuo depende de un sistema de significados dados de antemano."²⁵

* Para ampliar estos conceptos, Cfr. Luhmann, Niklas. *Sistemas sociales, lineamientos para una teoría general*. México. Alianza Editorial, 1991. 445 pp.

²⁵ Luhmann, Niklas en Castro, José Esteban, *La sociedad compleja*. México, Triana. 1997, p. 75.

Luhmann rechaza la idea de que la sociedad actual ha producido un hombre masa monótono y estandarizado.

Este planteamiento es consecuente con la sustancia de la comunicación intermedia que aboga por la diferenciación grupal, a pesar de la comunicación de masas. Lo que es un hecho en la dimensión masiva es la abundancia de elecciones posibles que, en su caso, pueden desorientar al individuo. La comunicación en la sociedad, en tanto sistema, da sentido a la experiencia y a la acción.

El sentido funda la conexión de las expectativas, regula el pasaje de una expectativa a otra, la introducción de las experiencias en el contexto de la expectativa, la posibilidad de sustituir las antiguas expectativas por medio de otras nuevas.

Las expectativas son estructuras de diferentes universos de lenguajes que codifican experiencias y acciones o comportamientos; las expectativas permiten a los individuos proceder ante contingencias de comunicación humana. De ahí que las expectativas impliquen cognición y normación. Por ejemplo los roles sociales son conjuntos de expectativas que pueden estar asumidos por los individuos en un juego intercambiable de roles.

1.3. El significante y el significado, cuestión de usos y contextos

El eje rector de una experiencia de comunicación humana es el lenguaje. El estudio del lenguaje es muy complejo, al presentar diversos planos para su análisis. En este inciso me interesa considerar al lenguaje como producto de la dinámica socio-cultural de los pueblos y como un sistema de signos o universo de convenciones lingüísticas al interior de un marco procesual histórico.

El lenguaje es, por supuesto, un instrumento de comunicación que da cohesión a individuos que lo practican. El hecho se ubica en relación con los roles y status de los individuos en las diferentes sociedades.

El lenguaje, además, evidencia actitudes y en buena medida configura caracteres. Así, el ruego, la orden, la pregunta, etc., difieren de una sociedad a otra; la socialización, en este fenómeno, logra que el individuo responda ante las expectativas de sus interlocutores: los ejemplos más simples se pueden encontrar en los modos de urbanidad vigentes en las sociedades.

Es oportuno en este momento precisar dos nociones conceptuales primarias de la semiología: lenguaje y habla. El lenguaje o lengua es un "contrato" social, un acto social. El individuo lo encuentra, se le impone en tanto sistema preestablecido. El habla es un acto individual de selección o combinación de los términos de la lengua. En esta separación conviene diferenciar significante y significado de los signos lingüísticos.

La teoría del signo lingüístico fue postulada por Ferdinand de Saussure. Para él la lengua es un sistema de signos. El signo lingüístico, dice Saussure, es la entidad compuesta por dos elementos: un significante y un significado. El significante es la imagen acústica del signo lingüístico; es la huella psíquica que en nuestro cerebro se produce al oír una palabra. La sustancia del significante está constituida por sonidos, imágenes, objetos. Es un asunto de evocación, en un plano de expresión.²⁶

El significado es el contenido, la idea que nos produce el estímulo de escuchar el significante. Por eso para poder comprender el significado es indispensable conocer la lengua.

La imagen acústica del significante se refiere a los rasgos distintivos que identificamos al oír o leer un concepto. Un ejemplo de esto podría ser el fascinante hecho de ensimismarse, a manera de hablarnos a nosotros mismos.

El significado, entonces, está compuesto por la sustancia del contenido del concepto, ya sea en aspectos emotivos, ideológicos, valóricos, etc.

El proceso que une al significante y al significado es la significación, la cual se explica por dos dimensiones: la denotación y la connotación. La primera es el enfoque más textual u "objetivo" del signo. La segunda hace referencia al conjunto de interpretaciones –según el contexto del sujeto– que le produzca el concepto o la categoría.

²⁶ Vid. Saussure, Ferdinand de. *Curso de Lingüística General*, Madrid, Ediciones Akal, 1991, 320 pp.

El elemento primario de la comunicación lo expresa José Ortega y Gasset así: "...el cuerpo del otro, quieto o en movimiento, es un abundantísimo semáforo que nos envía constantemente las más variadas señales, indicios o barruntos de lo que pasa en el dentro que es el otro hombre."²⁷

En el lenguaje se manifiesta una relación con lo socio-cultural. En este vínculo lenguaje-cultura se revela una asociación dialéctica entre la realidad y los diferentes productos culturales de la comunidad. En este sentido, muchos aspectos del desarrollo del lenguaje los damos por supuestos, quizá porque participamos directamente en algún nivel de la cultura que pasamos por alto el complejo entramado en que se practica el lenguaje y, claro, el habla en su nivel individual.

La palabra es el elemento básico del lenguaje, y los individuos, así como las sociedades, no necesariamente coinciden por completo en sus hábitos lingüísticos. Esto es, los usos variarán según la ubicación socio-histórica, de los individuos. Es una esencia polisémica (diversidad de significados). Sin embargo, el hombre cuando habla cree que va a decir lo que piensa. Esto es ilusorio, ya que las palabras, en tanto convenciones, dicen sólo la parte simbólica de lo que se piensa. Por tanto, es indispensable que el sujeto con intenciones de investigación descubra, encuentre novedosos conceptos para denominar el problema previamente abstraído, teniendo una especie de vigilancia permanente a fin de que la realidad no rebase, sin remedio, el trabajo de conceptualización.

²⁷ Ortega y Gasset. José. *op. cit.*, p. 128.

En pocas palabras, se puede afirmar que el lenguaje es al mismo tiempo una institución actual y un producto del pasado.

Una sociedad, por su naturaleza socio-semántica, está en permanente construcción lingüística ya que las personas están conectadas en alguna forma de organización social donde se hablan las unas a la otras pero cada quien con una intersubjetividad de su realidad: quien aprende un lenguaje, aprende al mismo tiempo (o se forma) un perfil de la realidad que lo circunscribe. Así el lenguaje es una condición de la cultura.

Para descifrar el lenguaje se presenta un elemento vital para la comunicación, tanto a nivel interpersonal como grupal: la empatía. (Esto sentará bases sólidas para comprender a la comunicación intermedia).

La empatía se puede entender como una especie de comunión entre dos sujetos o más, a partir de las coincidencias en el manejo del habla, el significado de las palabras, hasta una equivalente visión intelectual entre los actantes de la comunicación. Esto es, en la empatía importan los diferentes enfoques, marcos conceptuales, categorías, en fin, una forma de ser individual y grupal que delinea un perfil comunicativo.

Otro puente que nos permite transitar por el considerable espacio de la empatía es la tolerancia, entre los participantes de la comunicación. Encuentro que la especificidad de nuestros usos de la lengua generan un amplio panorama de símbolos

y significados que cada individuo interpreta según su visión, formación y manejo de información sobre cualquier tópico. Aquí se desprende una categoría implícita en la empatía: la comprensión. Esta la asocio con la interpretación del lenguaje del "otro". Esto sienta las bases de la intersubjetividad grupal pero también de la empatía, como la posibilidad de comprender a un *alter* por la sola cualidad de ser pensante, semejante a mí.

Todo acto de comprender está correlacionado con una tradición y cultura que permite al sujeto interpretar de cierta manera un fenómeno, hecho, objeto, caso, etc.

En cada interpretación se ve de manera diferente la realidad. Hay una relación entre lo antiguo y lo nuevo, entre tradición e innovación. El darse cuenta de que el "mundo" es interpretable, es poder imaginarse como "revolucionario", con la potencialidad de asumir nuevos paradigmas y conceptos a fin de descubrir inexploradas vertientes del objeto de estudio.

La hermenéutica o la posibilidad de la interpretación conlleva las enormes dificultades implícitas en la comprensión y la crítica del discurso del otro, sea éste contemporáneo o pasado. Se ha dicho que "leer es escribir", frase que corre el riesgo de permitirlo todo en la interpretación en un rango extremo desde la pertinencia hasta la impertinencia; desde lo lógico hasta el absurdo. Esto se manifiesta en los días que nos ha tocado vivir.

En hermenéutica se dice que el nexo estructural de la realidad, igual que en un discurso, se determina por una relación entre el todo y las partes. Cada parte expresa algo del todo. La realidad se presenta en segmentos comprensibles y el sujeto de quien se propone conocerlos. Queda claro que la interpretación del sujeto dota de significado o sentido a los hechos sociales.

En el siguiente capítulo se expone el fenómeno de los medios en su condición de objetos fetichizados como consecuencia del complejo proceso de socialización de los receptores.

CAPÍTULO II

La fetichización de los medios masivos de comunicación

El Renacimiento propició el desarrollo de la imprenta; y ésta estimuló los pensamientos e ideas del Renacimiento; hubo una especie de interacción. El libro y el periódico crecieron paralelamente con la Ilustración.

El periódico sobre todo estuvo íntimamente ligado a los movimientos políticos de los siglos XVII y XVIII. El libro de texto permitió la educación gratuita en una época en la que había avidez de conocimiento.

La cámara fotográfica, la radio, la cinta magnética, el disco, la computadora fueron desarrollados e insertados en el fenómeno de la comunicación humana en apenas cien años.

Estos implementos revolucionaron las interacciones comunicativas entre los individuos. El poder pasa de los “hombres sabios” que acaparaban la sabiduría, a los “hombres informados” que disponen de datos locales y remotos para transmitirlos a la comunidad.

La comunicación no es "una fuerza irresistible que puede avasallar a una audiencia".¹ Ésta fue la concepción que se tenía del poder de la comunicación desde la propaganda de la Primera Guerra Mundial y la segunda también, cuando se consideraba al público un blanco indefenso. El público era considerada pasivo, a merced de **que** el mensaje transmitido a través de la radio, la tv y la prensa cambiara **sustancialmente** su pensar y su actitud.

El **problema** del conocimiento en el mundo mediático dista mucho de estar concluido **como** transición histórica.

Los **usos** y consecuencias de los medios en la sociedad de masas se articulan con **evidente** complejidad con el poder económico y político y se manifiesta con una intolerancia **con** las manifestaciones dirigidas a la preservación de identidades, sobre todo culturales.

La **cuestión** de la comunicación humana lleva aparejado el permanente problema sobre **aquello** que hace que los hombres tengan características semejantes pero al mismo **tiempo** sean tan diferentes. Pero, la experiencia de relacionarse con otro(a) semejante a **mí** no garantiza la cabal comunicación por la simple convivencia, se necesita de **la** empatía, entendida como la coincidencia en los códigos usados y la posibilidad **de** descifrarlos en un semejante marco de referencia. Me estoy refiriendo a

¹ Schramm, Wilbur. *Comunicación de masas, en nuevas dimensiones en la psicología y la comunicación*. Quito, CIESPAL, 1964, p. 242.

la circunstancia histórica, a un modo de ser, a la capacidad de pervivir en un mundo constituido por la temporalidad.

La pretensión de comunicarse no existe de manera independiente al individuo, sino que se construye en la dinámica acción de intersubjetividad,* una especie de común acuerdo con alguien sobre algo. Así, comunicarse y comprender se ubican en un plano semejante.

En la reflexión y convivencia cotidianas nos comprendemos (o lo intentamos) pero también nos comprendemos gracias a la lente de relación con los demás, aunque a veces esa lente sea deformante o no refleje más que una arista de la realidad histórica a la que pertenecemos. Parece un fatalismo, creo que lo es.

Hay comunicación de masas o colectiva cuando el público es a la vez extenso, heterogéneo y anónimo. Debe representar una colectividad de grandes dimensiones. Este público, en este nivel de comunicación, no se puede comunicar directamente entre sí. ¿Cómo trabaja el proceso de la comunicación colectiva? Tratamos de la palabra hablada, la señal, el gesto, la imagen, la exhibición, radiodifusión. Todos los signos y símbolos por medio de los cuales los humanos tratan de transmitir significado a otros humanos. El proceso es semejante, independientemente de que el mensaje sea transmitido sobre una onda de televisión o cuchicheado por un joven al oído de su amada. El medio de comunicación colectivo es una herramienta con la cual la relación de salida a entrada es muy grande. Esta condición conlleva enormes implicaciones y ha

* *Vid supra*, p. 11.

generado una serie de estudios que confluyen en interpretaciones sobre lo conceptualizado como cultura de masas. El marco de referencia estará construido con base en el proceso de socialización del individuo, proceso correlacionado con su historicidad, experiencia, educación formal, educación informal, práctica de usos sociales y la memoria. Esta categoría es esencial para entender a la comunicación, puesto que será el espacio donde se decodifiquen y signifiquen los mensajes.

Las investigaciones sobre comunicación masiva han intentado responder preguntas referidas a ¿influyen o no influyen en la vida de los individuos? ¿Si influyen, en qué medida, de qué forma, por qué causa y cuál es su tendencia? Los primeros estudios al respecto concluyen que los receptores tienden a leer y ver mensajes que presenten puntos de vista con los cuales encuentren afinidad y tienden a evitar comunicaciones de un matiz que no concuerde con su perfil socio-psicológico y axiológico. Si esto es exacto se puede afirmar que la gente se expone a la comunicación de masas en forma selectiva. Pero, la comunicación puede ser agente de cambio cuando el individuo está predispuesto a ello. El esclarecer este problema ha sido propósito de estudiosos a lo largo del siglo XX y "afortunadamente" no hay nada definitivo al respecto.

Problematizar sobre la comunicación humana, en una sociedad tecnologizada, además de una cuestión epistemológica, es un asunto de relevancia económica, política e ideológica. Implica disertar sobre formas y realidades socioculturales y converge en críticas e interpretaciones sobre la sociedad. Su análisis histórico y teórico alerta sobre la necesidad de desentrañar la "producción de la cultura" en un eje o

dimensión subjetivo-objetivador que enfatice la perspectiva histórica donde el sujeto y el objeto se ubiquen interrelacionados mediante modelos multidimensionales.

¿Qué pasa con las prácticas culturales de los individuos en un espacio comunicacional?

La cultura en la sociedad contemporánea no es ascética. Se desmigaja en la técnica, el esteticismo, el arte, el discurso. ¿Es exacto hablar de una revolución cultural a partir de los medios masivos? La restitución de su sentido no tiene un objetivo meramente cultural, sino se orienta hacia un principio de realidad contextualizado históricamente por cambios en la administración económica, la convergencia entre la informática, las tecnologías digitales y una mayor flexibilidad en la producción de bienes y servicios. La capacidad de generar un cambio cualitativo en la creación de productos y en la manera de distribuirlos y promocionarlos ha incidido en el carácter de nuestra sociedad.

Para dilucidar este fenómeno recurro a la aseveración de Michael Foucault cuando afirma que "el poder es una matriz general de relaciones de fuerza en un momento dado, en una sociedad determinada... El poder no se restringe a las instituciones políticas, desempeña un papel directamente productivo; viene de abajo; es multidireccional. "Las relaciones de poder, según Foucault son intencionadas y no subjetivas. Su inteligibilidad se deriva de su intencionalidad."²

² Michael Foucault en Dreyfus, H y Kabenow, Paul. *Más allá del estructuralismo y la hermenéutica*. México, UNAM, 1988, pp. 204-205.

Concretamente, el papel de los medios ha estado inscrito en las formas de reconversión tecnológica que ha generado desplazamientos de mano de obra y movimientos poblacionales, debido a proyectos político-económicos de marginación social.

Herbert Marcuse lo dice de manera impactante: "En la realidad social, a pesar de todos los cambios, la dominación del hombre por el hombre es todavía la continuidad histórica que vincula la razón pre-tecnológica con la tecnología. Sin embargo, la sociedad que proyecta y realiza la transformación tecnológica de la naturaleza, altera la base de la dominación, reemplazando gradualmente la dependencia personal (del esclavo con su dueño, el siervo con el señor de la hacienda, etc.) por la dependencia al orden objetivo de las cosas, las leyes económicas, los mercados".³

¿La comunicación ha contribuido a ciertas especificidades de la cultura actual? Sería inútil negar que algún perfil característico de la cultura moderna se debe a la comunicación masiva.

En los últimos 40 años muchas cosas han cambiado. Surgen fuerzas de tensión entre los saldos del pasado y las inercias del futuro. Crece la población y aumentan las masas de nuevos proletarios. Persisten los propósitos colonialistas, migran las personas hacia las grandes metrópolis y se hace más grande la diferencia entre las sociedades desarrolladas y subdesarrolladas, económicamente hablando. Dos columnas soportadoras de la cultura se observan nítidamente: la diversión y el arte. En

³ Marcuse, Hebert, *El hombre unidimensional*, Barcelona, Planeta, 1985, p. 173.

ellas se manifiesta una especie de autonomía, al ser esta última básicamente elitista. La diversión, por su parte, se gesta en un mercado de espectáculos, ahí se empieza a acuñar el concepto de sociedad global, culturalmente hablando.

Las sociedades, al experimentar gracias a los medios un tiempo instantáneo y acelerado en la recepción de mensajes, los individuos que deambulan en aquéllas cambian su sentido de territorialidad; los espacios de interacción y expresión se diluyen y se crea un nuevo caldo de cultivo para nuevas identidades y maneras de actuar, quizá de pensar. Es así que la cultura también se globaliza, germina en una “matriz cultural” que fusiona lo tradicional con lo nuevo (lo relativamente no mediado con lo multimediado) cuya resultante es un universo icónico y discursivo que contribuye a transformar experiencias de convivencia, consumo y entretenimiento, lo cual reconfigura el ámbito cultural.

2.1. Cultura de masas y fetichización

En la industria cultural: radio, cine, prensa, música, televisión prevalece el principio de la sociedad actual referido a la producción de mercancías. Theodor W. Adorno entiende la industria cultural como aquélla que bajo los imperativos del mercado penetra hasta lo más profundo de la sociedad para estandarizarla con el objetivo del

beneficio económico, principalmente; pero también para aplicar esta “fórmula” en todas las manifestaciones culturales a fin de darles el carácter de mercancía.⁴

Hablar de fetichización requiere tener como punto de partida la concepción de la mercancía como fetiche. En pocas palabras: El comprador decide adquirir una mercancía. Siente esa necesidad como valor de uso. Para el vendedor, el comprador es un conducto para materializar el valor de cambio que supuestamente se encuentra en la mercancía. De este modo la producción se orienta a la acumulación del valor de cambio que se realiza en el acto de compra. La capacidad de prometer adquiere una relevancia que se deslinda del valor de uso asociado a las características básicas del producto. El valor de cambio entonces como propiedad de la mercancía es lo que la convierte en fetiche.

La fetichización de la mercancía conlleva a fenómenos psicológicos asociados a la organización sensitiva del individuo, fenómenos correlacionados con las formas de percepción, determinación de necesidades y satisfacción de las mismas.

Nuestros días se caracterizan por la vivencia de lo transitorio, la moda, lo vertiginoso del espacio urbano, la presencia de la mercancía que para W. Benjamín conforma “todas las manifestaciones culturales” porque, dice Benjamín, el mundo cultural de los objetos es la expresión “onírica” de la colectividad. ¿Cómo entender el

⁴ Vid. Adorno, Theodor W. *La crítica de la cultura y la sociedad* en Laura Paez (editora) *La escuela de Frankfurt, teoría crítica de la sociedad*. Ensayos y textos. México. UNAM, 2001. pp.368-381.

carácter onírico de la cultura? Es posible responder: una idealización de la realidad. Es una transfiguración engañososa de la realidad, sólo imagen, estupefaciente.

P. Bruckner⁵ coincide con Benjamín al considerar que lo decisivo del contacto con las mercancías en el capitalismo consumista (aunque parezca pleonasma) no es tanto el acto de apropiación, sino dejarse seducir por las cosas que inclusive no se adquirirán. Es algo equivalente a una experiencia de empatía donde todo se transmuta.

El carácter fetichista de la mercancía llega a transformar hasta su constitución material; es decir, la transformación de una cosa en mercancía conlleva un cambio de su uso en relación directa con las características materiales que la cosa posee. ¿Ejemplos? Automóvil, ropa "de marca", etc. En esta especie de *quid pro quo* se conforma el carácter fetichista de todos los productos de la cultura de masas: música, películas de Hollywood, ropa, cómics, series de televisión, el divo de la ópera, concursos, etc.

El fetichismo de la mercancía implica también encubrir raíces históricas, con objeto de maquillar las contradicciones sociales como si surgieran espontáneamente. Esta inercia también es efectiva en algunos ámbitos de la industria cultural, donde la cultura queda subsumida por las leyes del mercado.

⁵ Vid. Bruckner, P. *La tentación de la inocencia*, Barcelona, 1996, p. 46.

Al acelerado desarrollo de la cultura de masas es lo que los teóricos de la Escuela de Frankfurt conceptualizan como pseudocultura y es, en pocas palabras, el resultado de la manipulación mediática de la cultura, a manera de un producto más para consumir. Las manifestaciones culturales convierten en mercancías a través de fórmulas de presentación semejantes que conducen a una estandarización cultural. De ahí el término industria cultural donde lo que importa es la rentabilidad y el beneficio. Como se ve, el objetivo es el beneficio económico y coaccionar el consumo, a partir de estudios de mercado donde se establecen tipologías de consumidores, según su capacidad adquisitiva.

La inercia de la sociedad actual conduce a las personas a la compra, a manera de paliativo frente a las dificultades cotidianas. Se compra no para ser sino para parecer. Este fenómeno, manifiestamente, conduce a una exacerbación del individualismo pero deformado en un peligroso vacío de sentido hacia una responsabilidad social. En cambio, refuerza frustraciones al no poder, hombres y mujeres, acceder a satisfactores básicos para mejorar la calidad de vida en un sentido integral. De ahí que ese lugar común en que se ha convertido la globalización sea un fenómeno muy inequitativo que aleja a las personas de un ideal de individualismo responsable (como diría Lipovetsky) en aras de la competencia y el hiperindividualismo.

La cultura, entendida como mercancía, busca la venta con la promesa de una satisfacción inmediata. Adorno afirma que la industria cultural está concebida para la

regresión mimética, para la manipulación de impulsos reprimidos de imitación.⁶ Los productos de la cultura de hoy son un prototipo para las formas de reaccionar a un estímulo muy particular. Es algo parecido a un “servicio al cliente”. Se suprime, de hecho, la distancia entre el mensaje y sus receptores. Es industria porque las fórmulas de difusión de los productos culturales simulan la individualidad, bajo la apariencia de la exclusividad, cuando la verdad es que se trata de una estrategia mercadotécnica cuyo fin es persuadir para la compra.

En este fenómeno de fetichización de la cultura de masas, la publicidad es una herramienta fundamental para la fetichización de esa cultura y sus productos, puesto que todo lo que sea apoyado por el anuncio publicitario es “económicamente sospechoso”.

En la infraestructura mediática aparentemente desaparecen las ideologías, ya que no se persigue una validez normativa explícita, ni ganarse el acuerdo consciente de los espectadores; sin embargo, la cultura de masas maquilla como estable una sociedad compleja y contradictoria.

Parece que no hay escapatoria; que estos esquemas de funcionar de los medios son infalibles. Pero, es posible apelar a los intereses de clase de los individuos en sus contextos de vida reales para entender por qué existen receptores que no caen en la telaraña antes expuesta. Es algo parecido a los “candados de la cosificación” si nos

⁶ Vid. Adorno, Theodor. *op. cit.*, pp. 367-381.

remitimos a la subjetividad de los individuos para interpretar los mensajes de la cultura mediática. La subjetividad personal da acceso a variadas construcciones de sentido constantemente renovadas, según la dinámica de vida de los seres humanos. El mismo Adorno, de manera más mesurada, años después aclaró que los intereses reales de los individuos son todavía lo suficientemente fuertes para resistir el bombardeo de mensajes a través de los medios masivos de comunicación.

Resulta importante aclarar que los postulados de Adorno no subsumen a todos los humanos ni todos los estratos sociales, sino que hay que considerarlos como una tendencia latente. Además es vital precisar que los teóricos de la Escuela de Frankfurt se detuvieron en la elaboración de los mensajes, no tanto en la recepción.

De manera simple, un fetiche es un objeto al que se le atribuyen poderes extraordinarios de carácter mágico y misterioso. De este modo ocurre con los medios masivos de comunicación algo semejante a lo que Karl Marx denunció con la mercancía, pues se ha generado una fetichización de los medios como en su tiempo se propició una fetichización de la mercancía.

Suponiendo que los medios masivos y sus efectos sean efectivamente un fetiche, hay que estudiar el fenómeno a fin de diseccionarlo. Existe una tendencia teórica referida a que la comunicación masiva es omnipotente y no hay poder que pueda acabar con ella ni con sus macabros propósitos.

Los totalitarismos imperantes del siglo XX fueron reforzados por la economía, política y cultura, a manera de configuraciones o sistemas sólidos donde el papel de la industria cultural y sus tecnologías ha sido importante para construir buena parte del perfil de la actualidad.

La información hoy en día también es una suerte de mercancía, que con el apoyo de los diferentes medios masivos la hacen circular directamente al mercado. Independientemente de algunas mediaciones, el destinatario de la actividad comunicativa industrial es un receptor, casi inerte, que recibe esa mercancía llamada información, sin poder verificar su calidad, ya que no cuenta (el receptor) con un parámetro confiable para evaluarla y ponderarla. Acepta el producto como una "exclusiva", tal como se menciona en el argot del periodismo amarillista.

La postura de considerar a la comunicación masiva y sus medios como una actividad contemplativa en un ambiente de asepsia ideológica es un craso error. La industria cultural, configurada básicamente por los medios masivos intensifica y marca el tono de nuestros días y tiempos a través de los medios de comunicación.

Se dice que en el desarrollo del capitalismo se manifiesta una condición de fetichización de la cultura. Ésta se transforma en el centro normativo simbólico de cada sociedad. Los individuos la interiorizan por factores que van desde normas y símbolos hasta intereses ajenos a ellos y que son impuestos por grupos hegemónicos de poder

político, económico y mediático. Blanca Muñoz⁷ condensa el complejo devenir del capitalismo que desemboca ahora en la comúnmente llamada cultura de masas, exponiendo que la sociedad capitalista de masas es la lógica transformación de la economía de mercado y de la revolución industrial que desde el Renacimiento se consolidó en Europa. En las primeras fases del capitalismo, el principio de acumulación se alcanzará a partir de una explotación intensiva de las materias primas y del trabajo productivo obrero.

Después de la Segunda Guerra Mundial, el Estado de Bienestar y la sociedad de consumo se van a convertir en los soportes de políticas económicas con su propia ideología. La radiografía de esa correspondencia es lo que la teoría crítica va a conceptualizar como *pseudocultura*.

Adorno y Horkheimer, en su teoría de la pseudocultura, exponen la disociación del mundo contemporáneo con la racionalidad de la herencia griega clásica.⁸ Para estos autores, la cultura se conecta con el significado de ampliación y perfeccionamiento de las facultades humanas. Sin embargo, se va perdiendo la necesidad de una realización individual y social para sublimar la cotidianidad, gracias a la creación artística. Con la consolidación del capitalismo se modifican los procesos y la estructura cultural.

⁷ Vid. Muñoz Blanca. *Teoría de la pseudocultura. Estudios de la cultura y de la comunicación de masas*, Madrid, Fundamentos, 1995.

⁸ Vid. Adorno Theodor y Horkheimer, Max. *La industria cultural. Ilustración como engaño de masas* en Laura Paez. *op. cit.*, pp. 237-294.

Para Blanca Muñoz las causas que conducen a un nuevo modelo simbólico-ideológico son:

"La sociedad de consumo de masas, como nueva fase de acumulación y reorganización, incorpora la ciencia y la técnica como mecanismos de elaboración ideológica. La aparición de los medios de comunicación de masas afectará de una manera directa a la conformación de unas cosmovisiones y mentalidades con unas clasificaciones y valores prefijados industrialmente y en los que la publicidad y la propaganda tendrán un papel de primera magnitud.

Se asiste a lo largo del siglo XX a la edificación de la ideología como estructura material y económica objetiva. Las industrias culturales suponen la lógica evolución del mercado como núcleo central de las sociedades post-industriales. En estas sociedades, el tiempo de ocio y consumo es el tiempo del beneficio en el neocapitalismo tecnológico. El mercado de producciones ideológicas –cine, televisión, nuevas tecnologías, etc.– no hará más que incrementarse y, conjuntamente, se sedimenta el nuevo modelo cultural adaptado a las necesidades de acumulación económica y financiera".⁹

Como se ve, estamos en un *Estado* injusto cuya actividad básica es la dirigibilidad de la masa. La industria cultural, para Adorno y Horkheimer, tiene su mayor expresión en los medios masivos de comunicación, donde todo reside en el cálculo del efecto y en las tácticas de producción y difusión de mensajes. Ante este esquema la ideología se agota en la fetichización del poder que controla la técnica. Para los autores mencionados, la civilización actual "concede a todo un aire de semejanza".¹⁰ Los medios conforman un sistema. "Cada sector está armonizado en sí y todos entre ellos".

⁹ *Ibid.*, p. 32.

¹⁰ Adorno y Horkheimer, *op. cit.*, p. 32.

“La racionalidad técnica es hoy la racionalidad del dominio mismo”. Los consumidores son considerados material estadístico, en grupos según los ingresos. Para todos hay algo previsto, a fin de que nadie pueda escapar; se ofrece al público una jerarquía de cualidades en serie sólo para la cuantificación.

En la industria cultural, hablar de cultura implica virtualmente una toma de posesión, encasillamiento que entrega la cultura o la administración. Los consumidores: obreros, empleados, pequeños y grandes burgueses, la industria cultural los aprisiona y masificados creen en el mito del éxito. Adorno y Horkheimer consideran que bajo este sistema económico-cultural el espectador “no debe trabajar con su propia cabeza; toda conexión lógica que requiera esfuerzo intelectual es cuidadosamente evitada... “La industria cultural no sublima, sino que reprime y sofoca,”¹¹ al mostrar al receptor que debe contentarse con lo que se le ofrece. Los mensajes son sólo para distraer al presentarlos al consumidor como si la industria cultural pudiese satisfacer todo tipo de necesidades. Etiqueta al hombre como ser genérico, en el sentido de carecer de cualidades sui generis. Se tiene sólo la alternativa de “colaborar” o de quedarse atrás.

En la cultura de masas, la realidad es reducida al culto del hecho; es el reino de los hechos. Su representación mediática trata de ser exacta, de reproducir los hechos para reducir su sentido. Adorno y Horkheimer sueltan esta frase: “Bello es todo lo que la cámara produce”.

¹¹ *Idem.*

Estos autores afirman que "el razonamiento sobre el individuo y las masas en el capitalismo avanzado transforma a sus habitantes en una especie de masa apática indefinida, lista para ser manipulada al antojo de los intereses mercantiles... La industria cultural estimula la fantasía, y no porque existan intereses maléficos que se aprovechan de la inconciencia de las multitudes, sino porque la sola extensión de los conglomerados humanos transforma por sí misma la naturaleza profunda de su comportamiento".¹²

Y todavía más enfáticos Adorno y Horkheimer indican: Las masas están sujetas y dispuestas al orden precisamente porque son masa. La muchedumbre homologa al individuo convocándolo a estar a bulto, viendo cine o teatro participando de una violencia que recae sobre sí mismo y que, antes que generarle resistencia le divierte de modo masoquista".¹³

La comunicación, como fenómeno de interacción humana, es una acción simbólica que opera discursivamente y da significado a la convivencia social. El devenir de la comunicación está interconectado con proceso económicos, políticos, sociales y culturales. En estos espacios, la comunicación de masas es elemento importante en la distribución de los saberes y tipologías sociales. Este fenómeno pertenece a una fase histórica que legitima otras formas de percepción y aprehensión del tiempo y del espacio.

¹² Payá Porres, Víctor. *La industria cultural y sociedad de masas: notas sobre democracia y autoritarismo*, en Paéz, Laura (editora) *La Escuela de Frankfurt*, México, UNAM, Acatlán, p. 101.

¹³ *Idem*, p. 103.

Es así que la comunicación masiva provoca fluidez de códigos de identidad, acelerada circulación de objetos simbólicos producidos por la industria cultural y una suerte de indeterminación de lo preeminente para la sociedad global aunque tendría que revisarse sus consecuencias en grupos humanos a nivel de la comunicación intermedia, que es el tema de nuestro capítulo cuatro.

Convengamos entonces que el *boom* de la comunicación colectiva supuso nuevas reglas de identificación y socialización. Los vínculos humanos tienden a lo impersonal y como variable de la "modernidad", la comunicación es el vehículo de la "voluntad de todos", no la de Dios.

La comunicación de masas, como un fenómeno ideal comunicativo se vuelve en un indicador simbólico de unidad nacional y de progreso, con el propósito de distribuir categorías de pensamiento estandarizadas para que los individuos se "comuniquen" mejor, se "comprendan" mejor. Este tipo de comunicación construye un fenómeno simbólico de formación social en aras de la racionalización y operacionalización de la comunicación humana como hábitat para la representación simbólica de la realidad.

"Las condiciones económico-políticas que permitieron el auge de la investigación sobre los fenómenos comunicativos, así como las bases teóricas y metodológicas en las que estos estudios se inspiraron, tendieron a legitimar y consolidar una postura: *el instrumentalismo empirista*... que acabó por enaltecer la dimensión técnica de la comunicación, reduciéndola a un esquema científico totalista y procesual, más que a

una relación interactiva y cultural".¹⁴ Bajo este esquema lo que ha prevalecido han sido las descripciones comunicativas.

Para Niklas Luhmann la comunicación es genuinamente social y no se distingue porque produzca una conciencia común colectiva, en el sentido de una total compatibilidad con toda la complejidad subjetiva de los individuos; la comunicación no puede operar un consenso en el sentido de un acuerdo completo, y sin embargo la comunicación funciona.¹⁵

Esto es posible debido a que la comunicación (la sociedad) distribuye posibilidades reales de selección que se les presentan a los individuos aisladamente.

De ahí que la comunicación condensa posibilidades, establece formas preestructuradas que significarán el punto de partida de toda experiencia subjetiva humana. En otras palabras, la postura de Luhmann en torno al fenómeno de la comunicación es que solamente la sociedad puede comunicar. No existe pues la comunicación "de conciencia a conciencia" entre el individuo y la sociedad. En el caso de la comunicación se trata de operaciones propias de un sistema determinado por la estructura. Por eso en los sistemas sociales (economía, política, religión, educación) se limita el vínculo de información y se impone un "modelo comprimido de coordinación de

¹⁴ Reyna Ruiz, Margarita. *Modernidad, globalización y la emergencia de la comunicación en Anuario de la Investigación de la Comunicación*, CONEICC, VII, p. 107.

¹⁵ Luhmann, Niklas. *La sociedad compleja*, México. FLACSO, 1997, p. 36.

motivaciones"... Los sistemas sociales no designan estados psicológicos sino construcciones sociales".¹⁶

La comunicación es posible porque la sociedad cuenta con un sistema de sentido codificado. El código es un signo de comunicación que tiene como fundamento disponer del lenguaje.

Alrededor de los años 1930-40 sociólogos como Carl Hovland, Paul Lazarsfeld, Harold Lasswell estaban impresionados en los Estados Unidos por el crecimiento explosivo alcanzado en poco tiempo por los grandes medios de información colectiva: prensa, radio, cine y una incipiente televisión.

En un esfuerzo por condensar los aportes teórico-epistemológicos sobre comunicación de masas, es posible establecer que los discursos más sólidos han sido los referidos a los medios y la manipulación, significación, refuerzo de estereotipos, consumismo, etc. Una categoría que integre los diferentes enfoques sería lógicas comunicativas en uso, cuyo común denominador es desconstruir el fenómeno comunicativo.

Desde luego, el "orden objetivo de las cosas" es en sí mismo resultado de la dominación, pero también es cierto que la dominación genera ahora una racionalidad más alta: la de una sociedad que sostiene su estructura jerárquica mientras explota

¹⁶ *Idem*, p. 35.

cada vez más eficazmente los recursos mentales y naturales y distribuye los beneficios de la explotación en una escala cada vez más amplia.

Aquí me surge una pregunta: ¿Es la cultura equivalente a civilización? Una concepción descriptiva de cultura se refiere al conjunto de valores, costumbres, creencias, comunicaciones, etc., características de una sociedad en un periodo histórico. Por otro lado, una concepción más elaborada dice que la cultura se asocia a la interpretación de los símbolos y la acción simbólica que los representa. Sería una especie de sublimación de la cotidianidad; la cultura es una manifestación de flexibilidad que reviste lo social, lo artístico, y lo intelectual en un halo complejo, pleno de significados y, por tanto, de gran potencialidad interpretativa.

La cultura sitúa a la realidad en un espacio temporal y social que ilustra nexos de las relaciones sociales de los hombres-mujeres en un proceso histórico. Por eso la cultura es una categoría que se construye y cada construcción variará según el sujeto cognoscente.

La cultura tiene un sentido semiótico, al conjuntar sistemas de signos interpretables; los productos de la cultura no son casuales, sino que representa instituciones de un devenir en procesos sociales. En esta perspectiva, la mirada del individuo a través de las vitrinas difusoras del mensaje (medios) implica una metamorfosis cognitiva, una manera diferente de mirar la realidad. La cultura de masas, entonces, ordena cognitivamente la cultura. La mirada está pre-determinada a partir del contexto icónico, social, cultural *sui generis*, que confluye en nuestra realidad histórica.

Sobre esto, Régis Debray afirma: "La evolución conjunta de las técnicas y las creencias nos van a conducir a señalar tres momentos de la historia de lo visible: la mirada mágica, la mirada estética y, por último, la mirada económica. La primera suscitó el ídolo; la segunda el arte; la tercera lo visual. Más que visiones, ahí hay organizaciones del mundo".¹⁷

2.2. La permanencia del icono sobre la idea /pensar

El punto en este inciso es comentar la cuestión del icono en el marco de la condena que se hace del universo mediático; ese apocalipsis sobre la socialización indirecta, inducida por la televisión, la publicidad, el cine comercial hollywoodense que remiten a una cultura iconográfica o de la imagen y que prevalece sobre el pensar, en el sentido ortodoxo de la meditación, el ensimismarse, la crítica, etc.

El término icono (imagen) puede adoptar varias significaciones. En el nivel más simple, una imagen es una forma gráfica, plástica, a manera de una representación transpuesta de un referente, de un objeto. La imagen nos traslada a una experiencia de percepción, una especie de confrontación del objeto en relación directa con nuestro marco de referencia. Le asignamos un significado y simbolizamos; esto, a partir de experiencias de vida que pueden analizarse desde puntos de vista sociológicos, psicológicos, antropológicos, etc. El registro de la imagen suscita por eso elaboraciones complejas.

¹⁷ Debray, Régis. *Vida y muerte de la imagen, Historia de la mirada en Occidente*. Barcelona, Paidós, 1994, p. 36.

Pero también hay imágenes “mentales”, conectadas a percepciones no necesariamente de objetos asibles, sino a sentimientos, emociones, los cuales pueden denominarse como imágenes virtuales y que invariablemente tienen gran carga de significación simbólica.

La ficción tiene que ver con la imaginación personal y con el imaginario colectivo. Christian Metz ha escrito que “ante todo la ficción no es solamente la capacidad de inventar una ficción; es la existencia, históricamente constituida, de un régimen de funcionamiento síquico socialmente reglamentado que llamamos justamente ficción”.¹⁸

En otras palabras, la ficción –en buena medida– tiene conexiones en lo social, lo cultural, los mensajes mediáticos. La cuestión es discutir si un exceso de imágenes puede llegar a ser enemigo del pensar o, dicho de otra manera más literaria, de la imaginación.

Si convenimos en que el imaginario individual es fuente de la ficción, no subestimemos esta capacidad individual en la conformación del imaginario colectivo, al ser éste un reflejo de imaginarios individuales.

El problema de la imagen en el contexto de un mundo envuelto por los medios masivos, es un asunto parecido a la estrategia de órdenes religiosas en el México de los siglos XVI, XVII y XVIII donde se inundó de imágenes cristianas y se les sustituyó

¹⁸ Vid. Metz, Christian. *El significante imaginario*. Barcelona, Paidós, 2001.

por las autóctonas de pictografía, escultura, etc. Se alentó un imaginario colectivo hacia la ficción. Aunque la jerarquía eclesiástica nunca ha estado conforme con la eficiencia de este proceder, a pesar de su "éxito" en nuestros días, ya que siempre ha habido evidencias de una adaptación de imágenes impuestas buscando una relación con las locales. De ahí que se habla de folklorismo o quizá paganismo como constancia de la imaginación grupal de los conquistadores. Sin embargo, la sustitución icónica no es un fenómeno simple, sino de constancias de superposición de imágenes, correlacionas con resistencias culturales y la dinámica propia de la cultura en cuestión.

Pero en el mundo mediático ¿estamos colonizados por la imagen?

El tiempo y el espacio pierden límites y se crea una especie de fascinación por la imagen (de cine, de televisión, del comic) a través de la coexistencia de equivalentes miedos y esperanzas. Se produce entonces una tensión porque el individuo oscila entre la ficción mediática y la imaginación personal, entre el bombardeo de imágenes y su capacidad de ensoñación, gracias a su raciocinio, derivado del grupo de pertenencia familiar y social y de las particularidades educativas.

El siglo XX permanecerá fijado en la memoria de la humanidad por hechos muy concretos: desarrollo de la ciencia y la tecnología, creatividad artística, era atómica, espacial, genética, tiempo de muerte y conflictos mundiales; y también un cambio tecnocomunicacional que ha propiciado una diferente dimensión espacio-temporal como configuración simbólica de la realidad. Hemos aprendido que los implementos

para comunicar no presentan la realidad sino que la (re)presentan, nos muestran sólo una parte de lo que ocurre en el espacio y el tiempo.

La modernidad funda las bases para un discurso basado en elementos homogeneizadores: la política, el nacionalismo, la industria cultural, el progreso tecnológico. En el debate de la postmodernidad, Latinoamérica se resemantiza y trata de reivindicar su condición plural: Latinoamérica como una cultura híbrida.

Norbert Lechner indica que se entiende "por modernidad el proceso de desencantamiento con la organización religiosa del mundo. La sociedad religiosa se caracterizaba por la prevalencia de un principio divino como garantía inviolable del orden... La modernidad consiste en la ruptura con esa fundamentación y la reivindicación de la realidad social como un orden determinado para los hombres. La modernidad es ante todo un proceso de secularización: el lento paso de un orden recibido a un orden producido".¹⁹

La política, en este fenómeno, se instaura como la columna que soporta el nuevo orden social, el cual se aparta en buena medida, de la moral religiosa. Surge la "moral" del Estado.* Las grandes ciudades capitales de Latinoamérica se convierten en símbolos o marcas de modernidad. Es un artificio político, más que geográfico.

La política se convierte en asunto de masas, de público, donde se privilegia la noción y acción de la campaña electoral y el consumo, gracias a la difusión de mensajes a través de los medios de comunicación.

¹⁹ Lechner, Norbert. *Un desencanto llamado postmodernidad.*, en *Punto de Vista*, No 33, sep-dic, 1988, p. 26.

* *Vid supra*, pp.13-14.

En ruta hacia la postmodernidad, se va engendrando la industria de la cultura y la homogeneización consumista. Jean Francois Lyotard dice: Simplificando al máximo se tiene por postmoderna la incredulidad con respecto a los metarrelatos²⁰, puesto que los mensajes están dotados de formas y de efectos muy diferentes...”Lo que se transmite con los relatos es el grupo de reglas pragmáticas que construye el lazo social”.²¹ En nuestros días, el nacionalismo se hibridiza en su permanente recomposición. En la sociedad consumista postmoderna latinoamericana, los medios de comunicación van de la mano con los proyectos de los grupos de poder político y económico. Como consecuencia de esto, la cultura urbana legitima artes y saberes, a tal punto que el arte artesanal pasó a ser marginado. De ahí deviene el fenómeno de la hibridación cultural, donde el propósito de homogeneizar diferencias produce desigualdades en los diversos estratos sociales. Contradictoriamente, el avance tecnológico diluye el pasado y no confía del futuro: conviene más negociar el presente.

La representación de la realidad a través de los medios masivos está en gran medida determinada por lo que se ha nombrado la postmodernidad, cuyos rasgos deducidos pueden ser:

- El presente cobra especial importancia: “cada instante es único”
- Todo es precario.
- El saber científico no posee identidad.
- Crisis axiológica.

²⁰ Lyotard, Jean Francois. *La condición postmoderna*. Madrid, Cátedra, p. 10

²¹ *Ibid.*, p. 48.

- Se diluye el sentido del deber.
- Cultura de la imagen.
- Indefinición de la persona en el espacio de la sociedad de masas.
- El político parece publicista.
- Crisis de la comunicación plenamente humana; los individuos en la sociedad de masas se tornan solitarios incommunicativos.
- La única seguridad es la del "ordenador" cibernético.

Estas características conllevan a una especie de debilitamiento de la racionalidad, donde la realidad y la razón son construcciones contingentes, con escasos soportes firmes, frente a los grupos de poder. Se privilegia un pensamiento pragmático en concordancia con lo coyuntural. La crítica y la gran cultura son categorías obsoletas. Se defiende la globalización.

El discurso postmoderno carece de fundamentación contextual del saber. El lenguaje se circunscribe, en gran medida, a la modalidad de imagen. Resurgen los fundamentalismos religiosos y étnicos. La democracia formal y el libre mercado se consideran como equivalentes de pluralidad y flexibilidad.

Ante este perfil de la postmodernidad, es posible interpretar más claramente que la interacción humana depende de esquemas simbólicos donde se asignan cualidades únicas a la percepción visual. Esto es fetichizar la realidad y conceder omnipotencia a los instrumentos que "como extensiones del hombre" facilitan la diseminación de los mensajes.

Claro que estoy hablando de los medios masivos de comunicación. El consumo y la información son fetiches que justifican y dan sentido a la vida cotidiana. La tecnologización de esta vida genera una obsesión por la eficiencia y una concepción ahistórica de la problemática contemporánea.

Jean Baudrillard, en su texto *La sociedad de consumo* apunta que "el auténtico objeto de consumo está desligado de sus determinaciones psíquicas como símbolo, de sus determinaciones de función como utensilio, de sus determinaciones mercantiles como producto; por tanto, liberado como signo y recuperado por la lógica formal de la moda, es decir, por la lógica de la diferenciación".²²

Las palabras de Baudrillard remiten a una especie de utilización del objeto de consumo por un fenómeno de mistificación se ha dado en llamar "sociedad de la opulencia".

La fetichización, según los postulados básicos del marxismo, y en relación directa con la mercancía, es un resultado de la actividad productiva de los hombres: la mercancía se presenta como producto ajeno que cobra vida propia y manipula la existencia humana. En este sentido, la fetichización es consecuencia de las relaciones sociales que el hombre establece para producir, no sólo mercancías sino además cultura.

²² Baudrillard, Jean. *La sociedad del consumo*, Barcelona, Plaza y Janés, 1970, p. 43.

Todo el conocimiento acumulado por la incesante "productividad" cultural en buena medida confluye en la estrecha relación información y conocimiento. La información es cimiento del conocimiento, pero éste a su vez es fuente de información. En este proceso de retroalimentación se presenta un fenómeno de interactividad sujeto⇒objeto del conocimiento, en donde se asume una posición interpretativa para apropiarse de información y generar nuevo conocimiento. La interpretación implica una habilidad heurística para razonar y criticar la información.

En la época actual, el impacto de la revolución informática es tal que se habla de cibernsiedad y por tanto de la cibercultura. Algunas cifras son: si a la radio le tomó 40 años para alcanzar 50 millones de oyentes; a la televisión 13 para acumular el mismo número de receptores; a Internet sólo le tomó 4 años. Como se ve esta situación de hechos conlleva a replantearse la manera de "pensar" nuestra realidad puesto que la sociedad telemática ofrece amplias posibilidades para reverenciar sus características, siempre y cuando se analicen los pros y contras de su fetichización.

El fetichismo de la comunicación masiva, como única vía para la comunicación, presenta un riesgo que puede desembocar en una especie de prácticas autómatas de comunicación, no del todo conectadas con una plena comunicación humana. El aumento de la producción económica que engendra, por un lado, las condiciones para un mundo más justo, procura, por otro lado, al aparato técnico y a los grupos sociales que disponen de él una inmensa superioridad sobre el resto de la población.

El individuo se ve reducido a cero frente a las potencias económicas. Tales potencias llevan al mismo tiempo a un nivel, hasta ahora sin precedentes, el dominio de la sociedad sobre la naturaleza. Mientras el individuo desaparece frente al aparato al que sirve, ese aparato lo provee como nunca lo ha hecho. En el estado injusto la impotencia y la dirigibilidad de la masa crece con la cantidad de bienes que le es asignada.

La elevación del nivel de vida de los inferiores –materialmente considerable y socialmente insignificante– se refleja en la aparente e hipócrita difusión del espíritu, cuyo verdadero interés es la negación de la reificación. El espíritu no puede menos que debilitarse cuando es consolidado como patrimonio cultural y distribuido con fines de consumo. El alud de informaciones minuciosas y de diversiones domesticadas corrompe y estupidiza al mismo tiempo.²³

La irrupción de los medios de comunicación de masas y el internet conllevan a un revulsivo en diferentes estructuras sociales. Han generado nuevos perfiles culturales con valores, símbolos y códigos de influencia social. Este panorama que se ha ido configurando desde el siglo XX puede abordarse a través de lo que Marx conceptualizó como superestructuras ideológicas. Esto es, correlacionar ser social y conciencia, lo cual permite abrir espacios de estudio sobre alineación, cosificación y claro, fetichización.

²³ Vid. Horkheimer, Max y Adorno, Theodor W. *La industria cultural. Ilustración como engaño de masas*. en Paez Laura (editora) *La escuela de Frankfurt*, ENEP Acatlán, 2001, pp. 235-294.

En la sociedad de consumo se refleja la adopción del capitalismo en Europa y el “triumfo” de la burguesía, hechos que transformaron el potencial del conocimiento, reprimido por la iglesia y la clase feudal y que la revolución industrial modificó en lo económico y en lo social.

Peter Drucher afirma que “la revolución industrial fue el resultado de la aplicación del conocimiento a las herramientas, los procesos y los productos, en un lapso de cien años (1700-1800)... fue un siglo de febril invención mecánica en Gran Bretaña que acabó con el misterio y el secreto de la artesanía”,²⁴ gracias a la difusión de las patentes.

Lo anterior puede ser el punto de referencia para entender a la cultura de masas, basada en la universalidad de los mensajes y en la posibilidad de alcanzar un planeta más informado gracias al carácter omnipresente de los medios. Eso es fetichización y una falsa emancipación, cuando se intenta estandarizar valores, estéticas y verdades.

2.3. Contubernio entre los medios masivos de comunicación y grupos de poder político y económico

Es un lugar común en nuestros días hablar de los medios de comunicación masiva como herramientas importantes de los grupos de poder económico y político.

²⁴ Drucher, Peter. *La sociedad postcapitalista*, Bogotá, Norma, 1994, p. 22.

Para explicar esto considero de utilidad retomar las dos grandes categorías planteadas por Umberto Eco²⁵ sobre la relación de los individuos frente a los medios: los apocalípticos y los integrados frente a la comunicación de masas. La vigencia de esta tipología es válida porque nos permite entender que los “integrados” son aquellos que no se cuestionan la cultura de masas y reciben o absorben los mensajes sin pensar en sus consecuencias. En cambio, los “apocalípticos” disienten, critican y, en su caso, elaboran teorías sobre las implicaciones de la comunicación colectiva.

En esta perspectiva, se puede inferir que la comunicación tecnologizada no es por supuesto una excepción al fenómeno de aglutinación de objetivos del modelo neoliberal y de la llamada globalización.

Al respecto, H. Schiller opina que: “Por medio de la expansión, la fusión y la trasnacionalización, esas industrias las productoras de los mensajes y la imagería, que constituyen la atmósfera cultural, nacional e internacional representan hoy una impresionante concentración de poder cultural e influencia, tanto en Estados Unidos como en el resto del mundo. Además constituyen un componente cada vez mayor de la economía en general”.²⁶

Basta con mencionar algunas empresas, quienes desde su imperio económico estadounidense afectan de una u otra manera economías de países y modos de entretenimiento de millones de personas: Disney Capital Cities-ABC; Time Warner

²⁵ Vid., Eco, Umberto. *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Lumen, 1977, 403 pp.

²⁶ Schiller, H. *¿A quién pertenece el poder de los medios?* Una concepción cambiante en Comunicación y sociedad, Guadalajara. U de G, 1992, Nos. 14-15, pp. 109-142.

Turner; News Corporation; General Electric-NBC; Westinghouse-CBS Inc; Newhouse-Advanced Publications; Viacom; Microsoft; Tele Communications Inc (TCI).

Estas empresas hacen negocios con productos tales como revistas, cadenas de televisión, productoras de cine, radiodifusoras, editoriales, productoras de discos, internet, promotoras deportivas, etc.

Con una elemental revisión del entorno comunicativo mediático en México y el resto de América Latina (salvo Cuba, claro) se puede verificar que las empresas mencionadas, junto con las pocas locales con el mismo perfil de propósitos, delinean el conjunto de mensajes que confluyen en lo denominado como el neoliberalismo actual, que supone un sistema ideológico de significación y representación de fenómenos de "interés social", donde se legitima una condición de control del ciclo económico –aparentemente natural– respecto a intereses corporativos. Así, la comunicación mediática, en todas sus vertientes, supone gran carga de persuasión sobre los individuos donde subyace que el esquema neoliberal es "sano" y "conveniente" para todos.

Enrique Guinsberg dice que "millones creen que Estados Unidos en particular siempre ha sido defensor y paladín de las libertades, la democracia y los derechos humanos en todo el mundo, cuando toda la historia comprueba lo contrario. También ha logrado hacer creer en la absoluta libertad de prensa y en el culto a las diferencias de opinión. Pero, el control de propiedad

BIBLIOTECA UACM

de los grandes medios muestra categóricamente las limitaciones de una libertad de información y de divulgación de las ideas".²⁷

En una identificación general de los contenidos de los medios (sobre todo de la televisión) es posible identificar los siguientes caracteres pragmáticos:

- Uso de la violencia para "resolver" conflictos; violencia presentada como única alternativa para el cumplimiento de planes, independientemente que se transgredan normas legales y éticas, según la normatividad vigente en la sociedad en cuestión.
- Exaltación de modelos de vida donde el éxito y el fracaso tienen como parámetros tenencia y uso de mercancía.
- Compulsión para competir todos contra todos. Los reality shows son ejemplo de esto.
- Promoción de las tendencias individualistas, propias de la economía de mercado.
- La realidad como espectáculo. Esta tendencia se observa en hacer del hecho noticioso un show televisivo y radial.

Armand Mattelart, reconocido crítico de la cultura de masas, usa estas palabras: "La única sanción aplicable a un producto cultural (de masas) debe ser su éxito o fracaso en el mercado".²⁸

²⁷ Guinsberg, Enrique. *Realidad y ficción sobre los medios en nuestro mundo neoliberal*. Anuario de Investigación de la Comunicación, 2002, p. 63.

²⁸ Mattelart, Armand. "Los nuevos escenarios de la comunicación internacional" en *Revista Mexicana de la Comunicación*, México, 1995, núm. 40, pp. 41-42.

La omnipresencia de los medios está generando que las instituciones de gobierno en México funcionen con la intermediación de vías informativas tecnologizadas. Se ve una especie de "Estado ampliado" virtualmente gracias a la tecnología de difusión de mensajes. Se reconstruye la realidad, con objeto de influir en el proceso de toma de decisiones del ciudadano. Es decir, la organización política usa a los medios, teniendo como instrumento la mercadotecnia política, para que el ideario se minimice en un slogan propagandístico. El plan es difundir mensajes que justifiquen ineptitud para gobernar y falta de compromiso con los ciudadanos. El único objetivo es persuadir, ya sea para conseguir votos o bien para remodelar una imagen ante la opinión pública. El caso es que la saturación de mensajes pueda ocasionar un hartazgo en el receptor. Bajo este esquema el único seguro ganador es el dueño del medio al vender su espacio en grandes sumas y, por supuesto las agencias publicitarias que diseñaron el mensaje.

En este esquema, la esencia de los medios ha quedado determinada por la presencia de enormes compromisos económicos y políticos que han condicionado el servicio social que –habría de desearse– deberían proporcionar. Esta situación es muy clara para el caso de la televisión mexicana, pues es el medio que más ha concentrado el poder, junto con empresarios y partidos políticos.

Por eso, los medios han sido soporte de un modelo dominante de comunicación, que algunos teóricos han conceptualizado como comunicación autoritaria, cuyas características son no permitir la participación del ciudadano en la creación de

programas de utilidad social y vender espacio a empresas y partidos políticos para difundir contenidos publicitarios y propagandísticos que refuercen estereotipos e ideologías propias de la élite económica y política. La comunicación autoritaria es vertical, cerrada en espacios para la participación de ciudadanos y grupos críticos; genera marginación y desinformación en la opinión pública.

Durante décadas, el marco legal de operación de los medios ha sido asunto olvidado por el gobierno mexicano; esto ha permitido que los concesionarios actúen de manera autocrática (recordar la llamada Ley Televisa) al no existir regulaciones legales estrictas y acordes al entorno comunicacional de nuestro tiempo.

Indica Armand Mattelart que "la homogeneización de las sociedades es algo inherente a la unificación del campo económico. Su fragmentación constituye su corolario. Esto se debe a que aumenta el desfase entre la razón mercantil y las culturas; entre un sistema tecnocientífico, que está generalizándose, y el deseo de afirmación de la identidad. La distorsión hace que aparezca como un enigma el resultado de la marcha de la humanidad hacia la integración".²⁹

La construcción de la "fábrica cultural" ha sido un proceso que inició abiertamente en el siglo XIX, cuando se instauran las grandes agencias informativas y se engendra la instantaneidad de la información. Previo a la Primera Guerra Mundial, la industria disquera y cinematográfica se muestran con todo su potencial de exportación.

²⁹ Mattelart, Armand. *La mundialización de la comunicación*, (Introducción), Buenos Aires, Paidós, 1998.

Las agencias de prensa: Associated Press (AP), United Press (UP), Agence France-Press (AFP), Reuter, fueron la plataforma para establecer modelos informativos dirigidos a consumir información rápida y concisa, con información estratégica acorde con los intereses de los grupos de poder.³⁰

El ya citado Armand Mattelart apunta que “las primeras plataformas de observación y de análisis del mercado internacional van siendo establecidas paralelamente al desarrollo de las informaciones de prensa”.³¹

Por ejemplo, la agencia estadounidense J. Walter Thomson (precursora de las agencias de publicidad actuales) abre en Londres una oficina de asesoramiento para empresarios europeos interesados en exportar a los Estados Unidos.³²

Otro protagonista de la fábrica cultural es el folletín o cómic, convertido en un producto que se distribuye de Estados Unidos a muchos países y que es instrumento de difusión de estereotipos propios del *american way of life*.

La globalización de los medios masivos de comunicación implica un acercamiento simbólico al Tercer Mundo. Es una fantasía que se ha creado para los países pobres a fin de vender la idea de que ya están en el mismo nivel de desarrollo que las naciones ricas. No olvidemos que en el ámbito económico y político, la globalización permite que el mercado mundial y el quehacer político, es decir, el

³⁰ Vid. Balle, Francis. *Comunicación y sociedad*, Bogotá, Tercer Mundo Editores, 1991.

³¹ Mattelart, Armand. *Op. cit.*, p. 32.

³² *Idem*.

dominio del mercado y la ideología del liberalismo, sean pluridimensionales al suponer que los Estados nacionales se entremezclen mediante instituciones mundiales y propicien orientaciones políticas y prácticas económicas beneficiosas para los grupos de poder trasnacionales y locales.

Esta lógica afecta en lo cultural, social, ecológico, etc., a los diferentes países. Las desigualdades han aumentado. La globalización maquilla o enmascara, justifica la ideología neoliberal, donde el mercado es el único espacio económico para sustituir al Estado.

La globalización acelera la desigualdad. Las naciones pobres no se transformarán en ricos por las "virtudes" del mercado libre. Al contrario, las evidencias hacen concluir que la globalización ahonda las diferencias, acelerando espacios de tensión entre tribalismo y globalismo. El primero conlleva la exaltación del nacionalismo y fundamentalismo; el segundo, la extensión mundial del mercado. En el centro de estas fuerzas está el ciudadano que, ante esta dinámica *Mc Mundo*, busca subsistir y acceder a mejores niveles de vida.

La idea de la intercomunicación mundial se inicia en el siglo XX. Desde La Primera Guerra Mundial (1914-1918) la propaganda ha sido un soporte fundamental para "movilizar conciencias" o dicho de otra manera, para manipular, ya que desde entonces la guerra engendró otro tipo de "guerras" en lo político, económico e ideológico. Los protagonistas fundaron organismos oficiales de propaganda con la consiguiente actividad de censura. El más activo de todos en la acción fue la británica

Crewe House, donde trabajaron Lord Northcliffe, (dueño de Times) y escritores como H.G. Wells y Rudyard Kipling. Londres era el centro emisor de los hechos en cuanto información difundida al mundo sobre la primera guerra. Por su parte, el gobierno de Estados Unidos establece el Committee on Public Information.³³

Se notó desde entonces la eficacia de la propaganda, por los dos grupos combatientes. “Los publicistas y politólogos fundadores de la escuela norteamericana de sociología de los medios extrapolarían en sus discursos encomiásticos esta experiencia de tiempos de guerra a un tiempo de paz”.³⁴ Se va forjando la idea de que la democracia no puede prescindir de los mensajes masivos.

En 1927, Harold Lasswell publica un texto básico para la comunicación funcionalista: *Propaganda Techniques in the World War*. Ahí este autor enfatiza la importancia de la propaganda en caso de conflictos entre naciones. De igual manera otro factor que alertó sobre la eficacia de la propaganda fue el crecimiento de la propaganda nazi.³⁵

Al inicio de la década de los treinta. Se refuerza la regulación de las redes internacionales de comunicación, al crearse la Unión Internacional de Telecomunicaciones. De ahí aparece oficialmente el término “telecomunicación” y se maneja el concepto “información” como una especie de categoría primaria para referirse

³³ *Idem.*

³⁴ *Idem.*

³⁵ Wimmer, Roger y Domenich, Joseph. *Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*. México, International Thomson Editores, 2000. p. 8.

a los mensajes merecedores de difusión masiva. Cobra importancia un slogan que no ha perdido vigencia hasta nuestros días: "El acceso a la información debe ser libre en todo el mundo".

Entre los años 1930-1950 la mayor parte de los países de América Latina había optado por el perfil comercial. Esa región siempre ha representado un espacio propicio para inversiones de capital proveniente de los Estados Unidos.

Desde los años 20, la radio fue un medio muy explotado para fortalecer las estrategias de difusión propagandística de la Unión Soviética así como de la Alemania nazi. En los 30, el fascismo mussoliniano utilizó a ese medio con fines de proselitismo.

Sobra decir que estas prácticas mediáticas dieron lugar a tensiones y desinformaciones en las correspondientes opiniones públicas de los países involucrados.

En la Segunda Guerra Mundial, los Estados Unidos aprovechan la eficiencia del medio radiofónico a través de Voice of América. Para el efecto, se cooptan publicistas y especialistas en relaciones públicas, además de psicólogos y sociólogos, quienes eran los responsables de diseñar la programación ad hoc a los propósitos hegemónicos del gobierno de Washington.³⁶

³⁶ Balle, Francis. *Comunicación y sociedad. Evolución y análisis comparativo de los medios*. Bogotá. Tercer Mundo Editores, 1991, pp. 23-24.

El concepto transnacional implica aprovechar las condiciones jurídicas y políticas de los países receptores, por parte de empresas y organizaciones foráneas a fin de controlar inversiones y establecer acuerdos internacionales a favor de las instituciones matrices.

En el campo de la comunicación, la modernización de las técnicas publicitarias en la Europa de la posguerra forma parte de fases que evidencian la transnacionalización del marketing. La publicidad se presenta descaradamente en los 50 como el núcleo de la producción→consumo. La publicidad se convierte en el instrumento idóneo de la cultura de masas. La publicidad refuerza al estilo de vida cosmopolita de manera más eficaz que los diplomáticos o funcionarios de Estado.

En los años setenta hubo un intento por modificar los mecanismos que rigen la producción de información dentro de la cultura de masas.

Al respecto Armand Mattelart³⁷ anota que un primer foco surgió a partir del movimiento de los países no alineados teniendo como sede la UNESCO, organismo cuya responsabilidad está en las áreas de la cultura, la educación, la ciencia y la comunicación en gran cantidad de naciones.

La idea central de los congresos llevados a cabo fue analizar “el imperialismo cultural” y la dependencia que éste origina, la cual no era resultado de un complot de los países ricos contra los pobres sino resultado de una problemática estructural. Es

³⁷ Vid. Mattelart, Armand. *La mundialización de la comunicación*, Barcelona, Paidós, pp. 73-78.

decir, la dominación como efecto de fórmulas de intercambios desiguales entre los países hegemónicos y los subdesarrollados.

Los debates se iniciaron con una crítica acerca de la “cobertura a menudo tendenciosa, incorrecta, no objetiva e inadaptada” realizada por las grandes agencias de prensa de los países desarrollados que monopolizan la difusión mundial de noticias. Se evidenció la desinformación, sobre todo de las agencias estadounidenses, sobre el golpe de Estado en contra del régimen de Salvador Allende, presidente de Chile.

Los debates se extendieron también en aspectos como el reparto de frecuencias y apoyo a infraestructuras nacionales de comunicación.

En esos años setenta y ochenta el equipo de Ronald Reagan trató de imponer el plan *free flow of information*, como una forma encubierta de control de la información a nivel mundial.³⁸ Los países del bloque comunista apoyaron a los del sur en cuanto a sus derechos de “emancipación cultural.” Pero, las contradicciones al interior de los no alineados (o pobres) no permitieron acuerdos concretos en su propio beneficio, ya que algunos de los enviados trataron de evadir sus responsabilidades en aspectos tan esenciales como la libertad de expresión, el hostigamiento y asesinato de periodistas locales. Sin embargo, se escucharon voces de críticos que evidenciaban la visión “productivista” de la cultura.

³⁸ Balle, Francis, *op. cit.*, p. 23.

A casi 40 años de aquellos congresos, patrocinados por la UNESCO, es posible localizar algunos resultados: creación de agencias de prensa nacionales y regionales en América Latina, determinación de proyectos sectoriales dirigidos a la regulación de agencias de publicidad extranjeras y, por supuesto, difusión de ensayos e investigaciones para reivindicar las culturas de los países periféricos. Un denominador común de estos estudios fue que los Estados-nación de países pobres no tienen el peso suficiente ni la voluntad para implementar políticas efectivas dirigidas a la preservación de una auténtica libertad de información y el resguardo de culturas autóctonas.

Sin embargo, la conformación de la sociedad icónica se presenta como un reto permanente por parte de los grupos de poder mediático, económico y político, ya que esa ambición descarada de cristalizar una “convergencia cultural de los consumidores”, monolítica e idéntica para todos no se ha dado, y ésta es la cuestión fundamental que interesa en este texto (capítulo IV), al querer vincular a la dinámica de la comunicación humana, teorías y métodos propios de la comunicación intermedia a fin de observar en las relaciones sociales grupales la plasticidad de esta comunicación sustentada con cimientos de la memoria social y la historia.

Capítulo III

Multiculturalismo contra globalización de la cultura

El multiculturalismo es un fenómeno social no exclusivo de nuestros días, aunque el concepto mismo sea reciente. El multiculturalismo es una evidencia de la diversidad, del pluralismo cultural, de la coexistencia en un sistema social de grupos con diversos códigos culturales. Diría que es condición normal de toda cultura. La cultura en gran medida también puede ser considerada como parte de la política.

En su connotación más reciente el multiculturalismo se asocia a la preeminencia ahora de culturas autóctonas antes olvidadas que han tenido una larga lucha contra su marginación y en muchos casos opresión. Las diferencias y discriminaciones de ciertos grupos indígenas y otros contraculturales se han convertido en políticamente trascendentes, al darse cuenta que la diversidad cultural y sus conflictos derivados están relacionados con asuntos al interior, de los países y no tanto entre países. Según un informe de las Naciones Unidas, el 70% de conflictos a nivel mundial han tenido lugar a manera de guerras intestinas, y el restante 30% entre países diferentes.

El multiculturalismo implica una crítica al eurocentrismo. Occidente no debe ser un parámetro para la permanencia de proyectos políticos, económicos, culturales, etc., para todos los países y regiones. No todo el mundo debe estar mimetizado según el

esquema europeo. El multiculturalismo tiene como fin un trabajo de resistencia en este sentido.

No sólo en América Latina, sino en las viejas sociedades europeas se han manifestado recientemente diferencias culturales y étnicas que conllevan a estudiar el multiculturalismo a través de la confrontación de modelos caducos de igualdad y justicia.

La concepción multicultural adopta una corriente histórica y política que cuestiona el estado y la nación en su correlación con la idea de ciudadanía no sólo civil y política sino social. El multiculturalismo propugna por reivindicar derechos básicos como educación, trabajo, salud, diversidad cultural, lenguaje, comunicación a nivel grupal, etc. Se parte de que la legitimidad del Estado debe estar soportada por su capacidad de preservar los derechos sociales de los individuos.

Manuel Castells apunta que el Estado-nación basado en la soberanía de instituciones políticas sobre un territorio y en la ciudadanía definida por esas instituciones es cada vez más una construcción obsoleta que, sin desaparecer, deberá coexistir con un conjunto más amplio de instituciones, culturas y fuerzas sociales.¹

En tanto concepto factual, el multiculturalismo refleja a la realidad social pero también a políticas concretas que podrían establecer los Estados nacionales.

¹ Vid. Castells, Manuel *El poder de la identidad*, Madrid. Alianza, 1998, 392 pp.

La identidad social nunca es unilateral, necesita de interacción, y aunque implique un proceso, no es exactamente una secuencia, ya que se pueden presentar intersticios de no identificación entre lo individual y lo colectivo. Subyace en el individuo una vocación de pertenencia.

La identidad está asociada al multiculturalismo, entendido como “un hecho social; esto es, la presencia en una misma sociedad de grupos con diferentes códigos culturales (identidades culturales propias) como consecuencia de diferentes étnicas, lingüísticas, religiosas o nacionales”.²

La “política del reconocimiento” supone la lucha por la identidad, estrechamente unida a la cultura, porque la identidad “se forma dialógicamente en conexión con otros y ésta depende por tanto del contexto social”.³

La construcción social de la identidad es un fenómeno que surge de la confrontación entre individuo y sociedad. Las identidades se van perfilando en un proceso interactivo donde coactúan las experiencias individuales, a manera de un uso social fuerte, según la conceptualización de José Ortega y Gasset. La identidad, entonces, parte de una intención de pertenencia, soportada por un universo simbólico. En este momento los espacios de identificación se pueden entender como construcción de la identidad. Es, de hecho, un fenómeno dialéctico entre el individuo y la sociedad.

² Salcedo Aquino, José Alejandro. *Multiculturalismo: orientaciones filosóficas para una argumentación pluralista*. México. UNAM-Acatlán, Plaza y Valdés. 2001, p. 50.

³ Taylor. Charles en Salcedo Aquino, Alejandro. *Op. cit.* p. 71.

Los individuos implican construcciones sociales cuyos rasgos son interpretados por otros individuos con los que se actúa significativamente. Las personas se conciben como independientes de las prácticas sociales y, como afirma León Olivé: "Las culturas son importantes para la identidad de las personas. Esta constituye una razón más a favor del derecho a la diferencia, es decir, del derecho a pertenecer a una cierta cultura y a disfrutar de las condiciones para que ésta se preserve..."⁴

La identidad, para Homi Bhabha es el principio de nuevas categorías de significado. A partir de espacios "híbridos" dice Bhabha, se inventan estrategias singulares que dan lugar a nuevos signos de identidad; lugares de innovación y colaboración."⁵

En lo anterior encuentro un sustento primordial por entender a la comunicación intermedia ya que en su dinámica, los individuos localizan e identifican creencias, lenguajes, convicciones acerca del actuar conforme a la práctica comunicacional del grupo en el cual se interactúa.

Lo expuesto anteriormente me conduce a comentar sobre el fenómeno de transculturación, el cual considero tiene puntos de contacto con el multiculturalismo y la identidad.

⁴ León, Olivé, *Interculturalismo y justicia social*, México, UNAM, 2004, p. 89.

⁵ Vid. Bhabha, Homi. *La ubicación de la cultura*, Londres, Routledge, 1994, pp.1-2.

Bronislaw Malinowski dice en la introducción a la obra de Fernando Ortiz, intelectual cubano precursor en estudios sobre transculturación, que este fenómeno “es un proceso en el cual emerge una nueva realidad, compuesta y compleja; una realidad que no es una aglomeración mecánica de caracteres, ni siquiera un mosaico, sino un fenómeno nuevo, original e independiente.

Para describir tal proceso, el vocablo transculturación proporciona un término que no contiene la implicación de una cierta cultura hacia la cual tiene que tender la otra, sino una transición entre dos culturas, ambas activas, ambas contribuyentes con sendos aportes, y ambas cooperantes al advenimiento de una nueva realidad de civilización”.

Así pues, las posibles correlaciones entre multiculturalismo, transculturación e identidad se pueden reflejar en un juego conceptual que puede ser el siguiente: unidad y multitud; unidad y diversidad. La intención es superar visiones prejuiciadas que impidan entender que la auténtica unidad contiene la diversidad, pero ésta tendrá sentido si implica una unidad.

Para comprender fenómenos de diversidad y unidad, la conceptualización de Luis Villoro sobre Nación y Estado es muy útil. “La nación es una comunidad de cultura y de proyectos, que puede participar con otras comunidades en un mismo ámbito de poder político”...⁴ El Estado hay que entenderlo como un sistema de dominio que puede ejercerse sobre varias naciones o sobre una parte de una nación”. Puede haber Estados con muchas naciones, con muchas etnias y quizás naciones sin Estado. El Estado “es el organismo político de la nación”.⁶

⁶ *Ibidem*, p. 150.

En un intento por establecer grandes categorías del multiculturalismo, se puede mencionar la categoría filosófica, la política y yo agrego la comunicacional, en el sentido que transmite el derecho a la diferencia y a la preservación de elementos discursivos, usos y costumbres de los cuales se derivan prácticas comunicacionales de grupo con base en principios de identidad y, como afirma León Olivé, de 'autenticidad', entendida como "la correspondencia entre lo que una persona cree y valora y la forma en la que vive"⁷

La cuestión del multiculturalismo conlleva a plantearse elementos relacionados con la ética y la política. En estas dos grandes vertientes, el debate sobre multiculturalismo puede partir de su concepción como un hecho social y cultural (factual), propio de grupos y regiones; el otro aspecto es el del multiculturalismo como categoría normativa, donde se implantan proyectos y marcos legales para "administrar" el fenómeno. Esto último connota llevar al terreno político prácticas eminentemente culturales.

León Olivé propone la siguiente tipología de multiculturalismo factual:

- a) Las comunidades que están asentadas en territorio propio como los quebequenses en Canadá o los escoceses en Gran Bretaña.
- b. Los grupos de inmigrantes que están incrustados en países con costumbres muy distintas a las propias, como es el caso de los hispanos y otras comunidades en Estados Unidos.

⁷ León, Olivé. *Interculturalismo y justicia social*. México, UNAM, 2004, p. 96.

- c. Los grupos indígenas sin estar integrados a los beneficios nacionales ubicados en zonas delimitadas, pero que se distinguen claramente de la sociedad en general de los países latinoamericanos.⁸

En el aspecto normativo, el multiculturalismo habrá que ubicarlo en una dimensión política donde la cuestión de la igualdad y la diferencia adquieren valores importantes. Así, el multiculturalismo liberal individualista postula una concepción universalista de la racionalidad, cuya consecuencia es la justificación del intervencionismo desde una cultura a otra, en aras de la defensa de 'verdaderos valores'. Este tipo de multiculturalismo defiende el respeto por una diversidad de culturas, pero se opone a evaluarlas en sus propios términos, porque impone la protección liberal de la libertad individual sobre otras culturas no liberales. En cambio el multiculturalismo comunitarista "se pronuncia a favor de los derechos de las comunidades y señala que las colectividades tienen derechos para preservarse, reproducirse y prosperar material y culturalmente. Sostiene la existencia y la legitimidad de los derechos colectivos, de una manera que parecería no admitir que éstos se subordinen a los derechos individuales".⁹

Como sea que se delineen los proyectos y programas gubernamentales sobre multiculturalismo, el punto es que toda práctica cultural debe ser protegida a fin de que no se vulneren los derechos de los individuos. Las opciones son: si una sociedad debe proteger y exaltar las diferencias como irreductibles con el riesgo de que se resquebraje

⁸ Olivé León. *Multiculturalismo, ni universalismo, ni relativismo en Villoro, L. Filosofía moral, educación e historia*, México, UNAM, 1996, p. 124.

⁹ Salcedo Aquino, José Alejandro. *op. cit.*, pp. 152-153.

la cohesión social, o bien exaltar valores estandarizados que hagan compatible las diferencias sin poner en riesgo la unidad de los distintos grupos que conviven en una sociedad nacional. El interés común no surge espontáneamente, se construye.

A pesar de los variados planteamientos teórico-conceptuales, el multiculturalismo está asociado a un Estado-nación que trata de dirigir el pluralismo de las sociedades que por inercia se manifiestan diversas al tener territorio, lenguaje, historia peculiares. En todo caso, el aporte esencial del multiculturalismo (comunitario, regional, local), ha sido el revalorar a la cultura para entenderla como un hecho diferencial que busca reivindicar su derecho por permanecer.

En el multiculturalismo subyacen los problemas de la asimilación y la integración. El primero implica la presión para que las comunidades y grupos "diferentes" pierdan pautas y usos culturales *sui generis*. La asimilación conduce a la unificación cultural a ultranza mediante acciones impositivas por parte del gobierno y otros agentes de poder. Esta posición demerita el valor del mestizaje cultural.

La integración respeta el pluralismo entre las culturas. Si no sucede así, una sociedad puede arriesgarse a sufrir de anomia o descomposición. De ahí que la convivencia en la diversidad se revele como compromiso político.

Según las definiciones anteriores, multiculturalismo no debemos entenderlo como que existen muchas culturas en el mundo, ni tampoco que se presentan algunas en convivencia en bastantes países, sino que el concepto se refiere a un Estado-nación

con pluralidad cultural, practicada por diversos grupos sociales, que de alguna manera entran en conflicto para buscar su espacio y medios de expresión en un proyecto político y cultural determinado.

Conviene ahora diferenciar multiculturalismo de "hibridación cultural". Este concepto conlleva "procesos socioculturales en los que estructuras o prácticas discretas que existían en forma separada se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas."¹⁰ La identidad es algo fluido, relacional y se manifiesta de formas variadas. Además de una esencia de prospectiva de vida. La identidad es un constructo elaborado en relación con los límites y fronteras entre grupos. Es una evidencia de interacciones, que ocupan ese espacio llamado hibridación cultural que para Michel de Certeau es una resemantización cultural como estrategias de resistencia.¹¹

En nuestros días, la identidad es un asunto complejo ante la inercia de la globalización que provoca una especie de exacerbación de las identidades particulares y grupales. Por eso la identidad participa de la heterogeneidad de un grupo social.* Se podría hablar entonces de identidad comunitaria que delinea la situación grupal, en cuanto a su cohesión e identificación simbólica de signos y símbolos manejados. Los individuos, al pertenecer o una comunidad se perciben como seres con características comunes. De ahí que se deriven acciones comunitarias en relación con otras

¹⁰ García Canelini, Néstor. *Noticias recientes sobre la hibridación*, Revista intercultural de música, México, No 7
ISSN: 1697-0101

¹¹ Vid. Certeau, Michel de. *La invención de lo cotidiano*, México, Universidad Iberoamericana. 2007.

* Vid *infra* Capítulo IV, pp. 112-114.

comunidades (otras identidades) que se ven como diferentes. Esto no impide que no se den comunidades de "intercambio social", no exclusivamente endogámicas.

La inercia hacia la identidad no es unilateral, necesita de la interacción. De esta manera, las identidades sociales (individuales y grupales) se caracterizan por ser un fenómeno secuencial. Ello no supone necesariamente un proceso, sino que se presentan dimensiones simultáneas entre lo individual y lo grupal (social) que se pueden conceptualizar como experiencias de identificación. Los individuos, así, actúan a través de un marco de referencia social pero también pueden hacer uso de su autonomía para desarrollar su subjetividad y particularidad. Este fenómeno implica una acción de pertenencia, soportada por representaciones simbólicas.

En buena medida, la identidad comunitaria está correlacionada con una intención de resistencia, y la comunicación intermedia como se verá más adelante, además de ser evidencia de identificación grupal es conducto de diálogo.

Según M. Castells "la apelación a la identidad es en muchas ocasiones defensiva y la comunidad ofrece el reducto seguro para ello".¹²

Las identidades tienen sus espacios en acciones de carácter social y cultural, ya que en consonancia con su carácter relacional las formas de identificación van a

¹² Castells M. *Paraísos comunales: identidad y sentido en la sociedad red, en La era de la información, Economía, sociedad y cultura*. Vol. 2, Madrid, Alianza, p. 27.

depender de los actores sociales y los grupos involucrados dentro de sistemas históricamente constituidos. Estos procesos se dan, contradictoriamente, dentro de la globalización económica y en las prácticas culturales con fenómenos evidentes de fragmentación sociocultural. ¿Por qué esto último? Los elementos culturales no son núcleos rígidos. Las identidades dentro de una cultura tienen gran plasticidad y las confrontaciones son el resultado no de hechos circunstanciales sino de construcciones históricas ensambladas con conflictos económicos y políticos. Es decir, por actores sociales identificables, ubicados en las estructuras de poder del Estado y de la región de que se trate o bien externos, por supuesto. El fenómeno de la migración ilustra estas realidades y refleja claramente modos de expresión de las identidades como estructuras sincréticas, lo cual significa que no es posible sustraerse de fenómenos de aculturación y transculturación. No olvidar que estos procesos conllevan apropiación y reinterpretación de prácticas culturales externas a la comunidad. Los cambios no sólo son experimentados por los grupos que se desplazan, también los individuos de los países receptores, hecho que los antropólogos llaman entrecruzamiento o interpenetración cultural.

Para León Olivé, las culturas, el contexto social, la mirada y el trato de los otros son constitutivos de la "identidad personal" de los miembros de un grupo. La sustancia de esto es que los individuos y los grupos a los que están integrados son construcciones sociales.

“Una persona es una **entidad** que sobreviene a partir del sustrato biológico y psicológico de los seres humanos, y que es **constituida** por las creencias, los valores y las normas que **acepta**, por su maestría en reconocer y **actuar** conforme a ciertas relaciones y reglas sociales”.¹³

Las personas y los **grupos** tienen derecho a la diferencia, al tener la oportunidad de practicar algunas reglas **culturales** vigentes en su comunidad y región. Se trata de una especie de identidad **colectiva** de la cultura. Sin embargo, conviene anotar algo sobre el concepto **vigencia**, según la concepción de José Ortega Gasset. Este autor indica que en todo **grupo social** existen usos sociales (entiéndase normas, reglas, costumbres) que tienen una **condición** de vigencia en el grupo. La vigencia conlleva que esos usos **coercionan** y **obligan** a los individuos a **cumplir** a **cumplir** y acatar ciertos usos ¿Ejemplos? El uso, la **moda**, expresiones lingüísticas.

De no hacerlo se **exponen** a un castigo, como puede ser la marginación, el señalamiento social. Este **punto** lo quiero relacionar con la cuestión de la identidad, a la que habrá que adjuntar el **elemento** del razonamiento y la capacidad de decisión de las personas para adoptar e **integrarse** a pautas culturales.

En este sentido es que **me** parece pertinente entender el derecho a la diferencia, independientemente de la **vigencia**, como aquí quedó expuesta, de usos sociales, entendidos como prácticas **culturales** de aceptación generalizada. En palabras de Luis Villoro: “La posibilidad de la **persona** de realizar su propio plan de vida conforme a sus propios fines, **derecho humano** básico, supone un contexto comunitario: el de la cultura

¹³ Olivé, León. *Interculturalismo y justicia social*, México, UNAM, 2004, p. 89.

a la que pertenece cada individuo. Es la cultura la que ofrece el abanico de fines y valores en el que puede elegir el individuo".¹⁴

Otra arista de la identidad es la referida a la autenticidad, entendida como la correspondencia entre lo que una persona cree y valora al responder a las necesidades compartidas por su comunidad. No es un determinismo, sino reorientación del sentido y significado de los elementos culturales preexistentes y la decisión de adoptarlos dentro del sistema de códigos culturales del grupo.

Hay evidencias de que la globalización a pesar de ser considerada por algunos analistas como aniquiladora de las identidades comunitarias, contradictoriamente reaviva prácticas culturales que no se negocian sino se afirman y se defienden. Dicho de manera comunicacional: se presenta un "interaccionismo simbólico" que en términos de bienestar social conlleva a la satisfacción de necesidades básicas de los miembros de grupos y pueblos; acceso y control de recursos materiales y de territorio, a fin de asegurar una participación en la toma de decisiones acerca de cómo aprovecharlos y cómo dirigir los beneficios correspondientes; participación de grupos y comunidades en instancias políticas y culturales regionales.

El término globalización, en general, se usa para referirse básicamente a un fenómeno económico. Una definición básica es la siguiente: tendencia de los mercados y las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las

¹⁴ Villoro, Luis *¿Crisis del Estado-nación mexicano? Dialéctica*. México, Nueva Época, 1995, año 18, núm. 17, p. 21.

fronteras nacionales. Esta noción conlleva a considerar que la globalización implica una "relación entre desarrollo, independencia nacional y burguesía industrial"¹⁵ donde intereses políticos y económicos florecen para -contradictoriamente- impedir el surgimiento de mercados libres e imponer medidas proteccionistas a las grandes empresas y monopolios.

El Fondo Monetario Internacional la define como "la interdependencia económica creciente del conjunto de países del mundo, provocada por el aumento de volumen y la variedad de las transacciones de bienes y servicios, así como los flujos internacionales de capitales, al tiempo que la difusión acelerada y generalizada de la tecnología".

A estos elementos hay que agregar las redes telemáticas e informáticas que han sido un catalizador del fenómeno de la globalización.

Independientemente de que el concepto de globalización se ha convertido en un lugar común, es necesario ampliar un significado que rebase el nivel meramente descriptivo para desbrozar las implicaciones de la globalización como "novedad" de la historia contemporánea. Ahora se le refiere como un hecho fetichizado a manera de instrumento de la política neoliberal que propone que los países subdesarrollados deben incorporarse a prácticas de apertura comercial, apertura indiscriminada a la inversión extranjera y abandono del Estado de responsabilidades económicas como

¹⁵ Dietrich Steffan, Heinz. *Globalización, educación y democracia en América Latina* en La sociedad global. México, Joaquín Mortiz, 2004, p. 79.

regulador y promotor de crecimiento económico y hasta de bienestar social. El devenir histórico es complejo y tiene múltiples dimensiones.

A pesar de que la globalización está de moda, la investigadora estadounidense Marjorie Ferguson explica que “el proceso de globalización comenzó con los exploradores y descubridores de los siglos XV y XVI; ellos anticiparon los logros de sus contrapartes actuales en la exportación de la tecnología, los bienes y la industria cultural de su tiempo”.¹⁶

Tenemos pues que la globalización no comenzó con la televisión sino a partir de la expansión del capitalismo comercial desde el colonialismo del siglo XVI hasta, en pleno siglo XX, con el proceso de la transnacionalización propiciado por las grandes empresas que dominan los movimientos del capital y hasta llegan a influir en las relaciones entre países. En la globalización hay que tomar en cuenta las nuevas tecnologías en lo que ahora ha dado en llamarse la “sociedad red”. Estos hechos: movilidad de capitales, de mercancía, tecnología de información y las telecomunicaciones en todas sus variantes conforman un panorama de interdependencia (la mayoría de las veces asimétrica e inequitativa) que perfila el fenómeno de la globalización.

En la esfera cultural, a primera vista, la globalización ha permeado casi por imitación la occidentalización de ciertas prácticas culturales, la mayoría de las veces con el refuerzo del poder económico. Pero habría que revisar si las culturas nacionales,

¹⁶ Ferguson, Marjorie. *Globalisation of cultural industries: myths & realities*, Melbourne, CIRCI, 1993, p. 3.

regionales y locales han resistido la inercia globalizadora y han desarrollado prácticas culturales creativas o bien han preservado aquellas muy particulares que podríamos denominar ancestrales. En el primer caso podríamos hablar de hibridación cultural; en el segundo de un fenómeno de pertenencia e identidad muy fuerte que podría estudiarse en las coordenadas de la comunicación intermedia, objeto del capítulo IV.

En el desarrollo de la economía mundial y el fenómeno de la globalización subyace el espacio de la identidad, como resistencia, como oposición, con tendencia a una suerte de heterogeneización cultural. El hecho implica el mantenimiento, restauración y reinención de identidades culturales y étnicas a manera de procesos abiertos que deben ser entendidos dentro de un marco político-económico y en el contexto cultural donde se presentan. La etnicidad y la diversidad como variables de la identidad dejan su huella en regiones, municipios; reflejan combinaciones de modelos y significados autóctonos y de otro origen. Por ejemplo, las nuevas oleadas de inmigrantes extranjeros en las grandes ciudades pueden adoptar usos y costumbres propios del lugar pero adaptándolos a sus prácticas culturales de origen, según su estética, religión, lenguaje, etc. Los resignifican y simbolizan abiertamente. Lo interesante es que a pesar de la "globalización", de "la sociedad teledirigida", de la "cultura de masas", permanecen experiencias culturales a niveles locales como bienes simbólicos, la mayoría de las veces ajenos al intercambio comercial de mercancías y servicios, según la fórmula más simple de la globalización.

Las diferencias culturales persisten porque los grupos procesan los mensajes de los medios masivos y de la industria cultural desde los parámetros de sus identidades de pertenencia.

Por eso la diversidad es una consecuencia de la resistencia de grupos marginados y no. Existen fuerzas que favorecen la heterogeneidad en la propia lógica del sistema capitalista: La clave sería considerar e interpretar expresiones inherentes a evidencias de diferenciación, más que en describir indicadores.

Con el anterior planteamiento, los fenómenos de preservación cultural de identidades regionales y locales pueden ser vistos como una clase de antítesis de la tesis de la globalización cultural como un fatalismo e inercia imposible de detener. Me aboco particularmente por la posición de considerar la globalización cultural y a las prácticas culturales sui generis grupales como parte del mismo proceso. Lo local no desafía ni (re)surge oponiéndose a lo global a ultranza, sino que son hechos interrelacionados. Consideremos que nada puede ser creado globalmente sin que en el ámbito local existan elementos y predisposiciones para la adopción. Sin embargo, reconozcamos que existen movimientos sociales con identidades bien definidas que por la historia, la geografía, la biología, el idioma, el clima, etc., se constituyen en lo que Castells llama "identidad de resistencia". Esta categoría es sustancia de la comunicación intermedia, ya que a pesar de la comunicación masiva industrial subsisten prácticas comunicativas con evidencias de pertenencia grupal e identidad. ¿Ejemplos? Las llamadas tribus urbanas, sindicatos independientes, organizaciones no gubernamentales, que son manifestaciones de comunicación intermedia.

3.1. El relativismo cultural ante la omnipresencia del poder mediático

En este trayecto para ubicar la comunicación intermedia en coordenadas contextuales, es primordial considerar al relativismo cultural como un fenómeno que coexiste como una alternativa plural frente al poder mediático.

El relativismo cultural refleja la situación sociocultural del mundo contemporáneo. A través de varios siglos de expansión del eurocentrismo, la civilización occidental ha solidificado su hegemonía en los aspectos culturales, políticos y económicos. Prácticamente en cualquier parte de este planeta se puede beber las mismas aguas carbonatadas, soñar con la democracia y aspirar a los “beneficios” de la economía de mercado. El proyecto eurocentrista se ha impuesto por sobre la Gran Muralla China y la “Cortina de Hierro”. Pero la realidad es extremadamente compleja y múltiple en su vertiente cultural. A pesar de esquemas occidentales sobre lo razonable, lo bonito, lo decente, es decir, lo “civilizado”, la realidad presenta experiencias como las favelas en Río de Janeiro, o las “ciudades perdidas” del área metropolitana de la ciudad de México.

León Olivé afirma que “el relativismo niega que existan valores absolutos y normas universales, y en cambio afirma que la evaluación moral de una acción sólo puede hacerse en función del sistema de creencias, de valores y de normas de la comunidad o de la sociedad en donde se ejecuta la acción”...¹⁷

¹⁷ Olivé, León. *Op.cit.*, p. 69.

¿Han podido los parámetros occidentales sustituir absolutamente tradiciones culturales autóctonas en México y el resto de América Latina?

"No pueden ignorarse las mejoras que se han logrado en el mundo entero e cuanto a expectativas de vida, educación, movilidad y libertad. Pero el cumplimiento de las promesas de un continuo progreso global puede empezar a parecer cuestionable, en vista de la resistencia de las dificultades antiguas y nuevas. Puede ser que encontremos mucho tema de meditación dentro del ideal mismo del progreso, o el desarrollo. Quizá podría preguntarse alguien haya algo equivocado en la idea de la superioridad y universalidad de occidente sobre la cual se basa su capacidad de asegurar un progreso continuo".¹⁸

Sobre estos elementos es que se explica el relativismo y el pluralismo como una alternativa para entender las manifestaciones de la cultura en países periféricos y, por supuesto, experiencias concretas de comunicación humana, como la que nos ocupa en este ensayo. Lo cierto es que no se puede menospreciar las divergencias culturales de nuestros países en aras de supuestos teóricos y conceptuales.

Las categorías de salvaje y primitivo tienen que resemantizarse para dejar de ser reduccionistas en cuanto a un intento de análisis de nuestras prácticas y latencias culturales.

¹⁸ Dascal, Marcelo (compilador). *Relativismo cultural y filosofía*, México, UNAM, p. 7.

Los esquemas absolutos de convivencia y sociabilidad tienen que flexibilizarse para entender que la cultura es relativa al ser reflejo de una realidad multicultural que desafía inclusive a la globalización.

Un indicador de esta diferencia es el punto de la distinción regional. En Latinoamérica esto es casi una obsesión que genera un forcejeo para conseguir aceptación y tolerancia.

Me interesa proponer una vía teórico-conceptual para entender a la comunicación intermedia y su esencia compuesta por tradiciones culturales.

El relativismo conduce a una crítica y exhorta a reformular diferentes enfoques sobre la realidad.

En este punto me apoyaré en la conceptualización que al respecto hace Harvey B. Sarles¹⁹ cuando explica que el relativismo cultural puede ser revelador en tanto proporciona nuevas perspectivas críticas para examinar "hábitos" de pensamiento dentro de la controversia herencia y medio ambiente o dicho en otros términos: biología y contexto.

¹⁹ Cfr. Sarles, Harvey B. *Relativismo cultural y naturalismo crítico en Relativismo, cultura y filosofía*. México, UNAM, pp. 261-268.

El relativismo cultural, afirma Sarles, "ha ocupado el territorio del cambio humano en contra del determinismo biológico, aseverando que la cultura puede determinar la condición humana gracias a la cultura y a la razón".²⁰

La cultura, para Sarles, "es un icono de la plasticidad de la condición humana".²¹ Constituye un intento por reconciliar una polémica sobre la permanencia y el cambio (racismo, monarquía hereditaria, absolutismo político, etc.).

El relativismo cultural explora la forma en que el desarrollo cultural estructura su condición con el concurso de múltiples elementos. El relativismo cultural accede más a explicar la permanencia de pautas culturales que a simplemente describirlas. Ayuda a entender modificaciones culturales en un plano de historicidad y además a interpretar el porqué de la permanencia de aquéllos en un cierto tiempo, bajo una condición de vigencia como parte de los usos sociales de un grupo humano.

El conocimiento absoluto es una utopía. De ahí que el relativismo se fundamente a partir de consideraciones evolutivas sobre la naturaleza del conocimiento.

El relativismo aporta el abordamiento del objeto con respecto a su forma y expresión, movimiento e interacción con otros fenómenos componentes.

²⁰ *Ibidem*, p. 264.

²¹ *Ibidem*, p. 265

El lenguaje (genéricamente hablando) es para otros; potencialmente tiene que ser comprendido y usado por una fuente y un receptor que intercambian estos roles para cumplir con la comunicación. Por ende, el lenguaje es social, no sólo atiende cuestiones semánticas sino que considera simbolismos, lógicas, estilos, tonos, etc. Todos los elementos que nos hacen criaturas sociales.

El relativismo cultural no resuelve por supuesto la antinomia entre escépticismo y absolutismo pero sí contribuye a expandir críticamente las visiones sobre cómo pensar y conocer el objeto en la sociedad humana.

El sujeto no se limita sólo a nombrar objetos y fenómenos, sino que aspira a la comprensión, al conocimiento, al discurso explicativo para analizar el camino, en nuestro caso, de la cultura. Por eso el relativismo cultural no sólo sugiere que la realidad actual es reflejo de un pasado, sino que puede conducirnos a comparar fenómenos subyacentes al concreto problema de la investigación que se pretenda estudiar. Es un caso de memoria y conciencia, puesto que ambas categorías son nociones discursivas y axiológicas dependientes y derivadas de un contexto.

El relativismo cultural nos impele a preguntar sobre la naturaleza de la realidad, al enfatizar una serie de antinomias sobre la condición humana y la condición paradójica de la sociedad y sus diferentes tradiciones y prácticas culturales insertadas en un nivel comunicativo intermedio, que es el punto de interés en este trabajo.

El relativismo cultural considera al etnocentrismo para entender a los grupos de individuos y su dificultad para salir del círculo de su tradición cultural. Esto no significa que el etnocentrismo juzgue ciertas prácticas culturales como inferiores, salvajes, primitivas. El etnocentrismo las visualiza como atendibles desde la perspectiva antropológica, pero evitando calificarlas desde falsos parámetros como convenientes, civilizadas, etc. El etnocentrismo entonces no hace juicios de valor, sino que atiende a la experiencia, entendida como una especie de "magma informe" hechos que pueden ir comprendiéndose cuando comenzamos a sistematizarlos. Los modos de sistematización pueden variar y conducir a diversas interpretaciones o visiones opuestas, es decir, explicaciones, teorías, metodologías.

El argumento del relativismo indica que la diversidad cultural no se manifiesta sólo en la multiplicidad de explicaciones, sino en las metodologías para observar los fenómenos culturales. La propuesta relativista fija el objetivo en aspectos sistemáticos para construir conocimiento –sin demagogias– y facilita posibles evaluaciones de los sistemas conceptuales y discursivos, de modo que el valor de los resultados del trabajo de investigación sea reflejo de una aceptabilidad racional sobre el objeto estudiado.

El relativismo, epistemológicamente hablando, rechaza el positivismo, el "realismo" científico; se conduce por el terreno del análisis socialmente condicionado por la historia y el contexto acotado por la complejidad y densidad de todo un horizonte social. De ahí que el etnocentrismo contribuye a entender por qué en las grandes ciudades se pierden empleos y habitantes en beneficio de pueblos pequeños. Renace

la cultura del *ethos* particular, comunitario, regional. Se redescubren prácticas culturales supuestamente olvidadas, tradiciones que vuelven a ser valoradas para entender el perfil de la actualidad.

Estas consideraciones tienen el propósito de conformar la esencia contextual en donde me interesa ubicar el fenómeno de la comunicación intermedia.

Como se ve, trato de explicar que la comunicación intermedia es una experiencia social e histórica con apego a un multiculturalismo sui generis, en tanto que aquella comunicación es regional o, en su caso, grupal; responde al relativismo cultural para desentrañar su génesis.

3.2. Las realidades específicas, objeto del relativismo cultural

Dentro del lugar común que es la globalización ¿es posible encontrar prácticas culturales con marcadas diferencias locales? Digo locales no nacionales tomando en cuenta el aspecto de la multiculturalidad. El no reconocer especificidades culturales, con su correspondiente devenir histórico, sería no observar la diversidad y la interacción inherentes a todo fenómeno cultural y comunicacional. Lo importante es reconocer, sí, la globalidad del sistema económico pero también abstraer esto en sus segmentos de diferencia cultural. La uniformidad propicia empobrecimiento creativo, científico, festivo, artístico, idiomático, en fin, comunicativo.

Se dice frecuentemente que el porvenir está condicionado por el pasado, puesto que la realidad es temporal e histórica. Las naciones ganan con una diversidad cultural, sin necesidad de imponer proyectos culturales de resistencia, de manera burocrática.

Al hablar de relativismo cultural, es vital reconocer que la flexibilidad de la cultura local y/o regional y su dinámica interior va en el sentido de la resistencia, no por el capricho sino por su misma inercia. Las culturas de América Latina y de África son sustancialmente diferentes a la cultura angloamericana. Gran número de países subdesarrollados acepta que las sociedades varían en su proceso de desarrollo, en virtud de sus específicos proyectos políticos (aunque coincidan en el modelo económico neoliberal): que el papel del gobierno es entender las especificidades del multiculturalismo a fin de no crear tensión entre aquél y los ciudadanos. El margen de maniobra es estrecho, aunque siempre existirán espacios para respetar la cultura. Las políticas culturales de Estado no tienen por qué modificar o desviar el camino de la cultura regional sobre todo si ésta es popular. El tan renombrado fenómeno de globalización, en la vertiente cultural, efectivamente, puede ser una amenaza sobre la diversidad cultural, si tomamos en cuenta las condiciones desfavorables de nuestros países. Aunque exista una pasividad de los gobiernos en materia de "invasión cultural", los individuos serán los encargados de resistir –culturalmente hablando– esa invasión. De esto hay sobradas evidencias.

A pesar de que la globalización sea un patrón que se extiende a diversas culturas, es en esencia un patrón de producción.

La globalización, como práctica económica, al intentar una embestida de globalización cultural, lo hace a partir de tácticas económicas, plan que se enfrenta con la diversidad cultural contemporánea bajo el concepto de *habitus*, donde se implica que los grupos sociales poseen una cultura que permite la cohesión y dar sentido a la dinámica comunicación humana. Por eso, el relativismo cultural legitima a la diversidad cultural con el binomio pueblo-cultura como un cuerpo coherente de significados.

El relativismo cultural contempla las relaciones asimétricas de subordinación entre países desarrollados y subdesarrollados, pero se detiene en “lo popular” para conocer sobre la diversidad cultural a pesar del esquema actual de la postmodernidad. Para Gramsci, por ejemplo, las culturas populares y su fragmentación es un problema político y en ciertos casos de resistencia, lo cual conlleva a relaciones de poder entre el subalterno y lo hegemónico.²² Hay una frase bastante representativa para evidenciar que la globalización es un fenómeno parcial, a pesar del lugar común que indica lo contrario. La frase dice: “No es de todos ni para todos”.

Abordar la cultura a través del relativismo cultural, cimiento de la cultura intermedia, es ubicarse en planos donde la cultura es sustancial para entender las relaciones y diferencias sociales, así como la génesis de pautas culturales de países y regiones. Partamos de que la posesión de un bagaje cultural que se adquiere en la familia es el acceso para construir distinciones que ilustran diferencias culturales.

²² Vid. Gramsci, Antonio. *Antología*. México, Siglo XXI, 2005.

Líneas atrás se mencionó el concepto de *habitus*, concepto que Pierre Bourdieu entiende como un sistema de disposiciones duraderas, eficaces en cuanto esquemas de clasificación que orienten la percepción y las prácticas más allá de la conciencia y el discurso y funcionan por transferencia en los diferentes campos de la práctica. El *habitus* también implica un proceso mediante el cual lo social se interioriza en los individuos y logra que las estructuras objetivas concuerden con las subjetivas, de ahí que Bourdieu lo llame (al *habitus*) estructuras estructuradas, predispuestas a funcionar como estructurantes; esto es, como principio de generación y de estructuración de prácticas y representaciones.²³

La concepción de *habitus* permea el capital cultural de individuos y grupos al permitirles disfrutar, consumir, practicar opciones culturales de su entorno. El *habitus*, pues, da acceso a permanecer en el espectro simbólico de lo cultural, socialmente hablando.

Lo social y la vigencia de su cultura se interioriza en los individuos. Existen “concordancias” entre las aspiraciones personales y las condiciones objetivas del entorno social. ¿Qué trato de explicar? Que el *relativismo cultural es una evidencia de que las culturas populares no están indefensas frente a la globalización cultural*. Aunque se hable de la cultura de masas, lo importante es considerar, junto con Bourdieu, que “los cambios y las transformaciones de los modelos culturales y de

²³ Vid. Bourdieu, Pierre. *La distinción*. Madrid, Taurus, 1988. pp. 170-171.

valores no son el resultado de sustituciones mecánicas entre lo que se recibe del exterior y lo propio, entre las tradiciones y las costumbres del lugar de origen y el nuevo contexto que se encuentra gracias a la migración".²⁴ Para Bourdieu, las estructuras económicas y las "disposiciones" culturales no cambian al mismo ritmo, coexisten tanto a nivel individual como colectivo. Este autor afirma que las relaciones de "camaradería" tienden a reducir el sentimiento de imposición cultural, y que los individuos (incluyendo a migrantes) inventen prácticas de adaptación cultural. El habitus, precisa Bourdieu, es el principio generador de este fenómeno, de acuerdo con coyunturas en contextos específicos.

¿Cómo interpretar esto? La diversidad cultural se construye como consecuencia de las desigualdades sociales. De ahí que la cultura popular es un complejo entramado de formas de vida social que subsiste a pesar del crecimiento capitalista y el generalizado bombardeo de mensajes a través de los medios masivos. En México, por ejemplo, el crecimiento urbano de las grandes ciudades no condujo al exterminio de formas culturales propios de barrios y pueblos; tal es el caso de algunas festividades religiosas que siguen llevándose a cabo en delegaciones como Milpa Alta, Coyoacán, Xochimilco.

En nuestro contorno urbano, básicamente icónico, pero tendiente siempre al reacomodo de la diversidad, las culturas populares se presentan con variados ropajes,

²⁴ Bourdieu, P. *El espacio para los puntos de vista*. Revista *Proposiciones*, Núm. 29, Santiago de Chile, 1999, pp. 12-14.

vigencias y preeminencias, a veces en tensión, pero casi siempre fortaleciendo compromisos grupales e individuales identitarios.

Las identidades grupales no son ahistóricas ni estáticas. Se reconstruyen por el acceso a la educación formal, pero sobre todo por la dinámica educación informal, donde se da el proceso de socialización del individuo. La cohesión grupal que propicia la comunicación humana no hay que confundirla con lo que algunos llaman la "democratización" de la cultura.

La cultura no puede concebirse como práctica burocrática sino como entidad flexible y siempre viva.

El relativismo cultural no es determinismo cultural. Se trata de un hecho existencial no abstracto. Se desprende de las líneas anteriores que el relativismo pertenece a la cultura humana; por tanto, el relativismo cultural propone que no existe una cultura única. Cada región, comunidad, grupo está inmerso en su cultura, donde existen normas, pautas, prácticas, creencias y valores que perfilan un modo de ser gracias a un proceso de socialización adquirido a lo largo de una historia de vida (aprendizaje) individual y grupal.

Es un asunto de interacción entre individuos y grupos que parten de experiencias de aprendizajes no formales, desde el punto de vista social, para reunir, idealmente, óptimas condiciones de comunicación humana. Claro que esto presupone una

capacidad de diálogo y la posibilidad de que pueda ejercerse en términos de razones excluyendo intenciones de poder. De hecho, estoy en condiciones de adelantar que estos son los cimientos de la comunicación intermedia, tema del siguiente capítulo.

El relativismo de la cultura y su importancia dentro de un contexto sociocultural se da en una diversidad de intereses, asociados a cuestiones antropológicas, sociológicas, comunicativas que reclaman un espíritu de tolerancia y pluralismo.

El relativismo cultural deambula en situaciones donde hay creencias básicas, valores y las formas de su aceptación con las cuales pueda haber alto grado de eficiencia comunicativa individual y grupal. Este planteamiento puede verificarse analizando las diferentes aristas de cada cultura: religión, usos y costumbres, política, desarrollo tecnológico, etc., a fin de que se precise la dinámica del contexto en el cual se dan las prácticas culturales y por qué éstas son identificables y decodificables en ese contexto y no en otro diferente.

En el relativismo cultural existe una premisa esencial: parte de la realidad concreta; el hombre lo construye (el relativismo) desde una situación específica, desde su propia situación. Al tener el relativismo cultural como punto de partida la realidad espacio-temporal concreta, es histórico; en parte está condicionado por un proyecto cultural concreto pero sobre todo, al ser parte de la realidad, rebasa a cualquier proyecto preconcebido. De esta manera, la ubicación específica del relativismo cultural, al partir de problemas concretos tiene que ser estudiado en sus particulares aristas y experiencias regionales.

Los estudiosos del relativismo cultural no deben caer en el error de ver siempre lo mismo, sino observar los fenómenos en su historicidad. De ahí que el relativismo cultural por ser concreto y al mismo tiempo múltiple permite utilizarlo como soporte teórico-metodológico para estudiar a la comunicación intermedia y sus connotaciones histórico-simbólicas para reflejar prácticas comunicacionales complejas de los grupos humanos.²⁵

Habrá que tener cuidado en no ser chauvinista, sino procurar la interpretación (en este caso de la comunicación intermedia) como un objeto de estudio dinámico de modo que refleje una praxis esclarecedora de su constitución sui generis. (Ver capítulo 4) Es decir, diseccionar a la comunicación intermedia con la ayuda del relativismo cultural en su ser, esencia, sustancia, causa.

El relativismo cultural que quiero considerar se constituye de consideraciones evolutivas sobre la naturaleza del objeto. Es una vía para analizar la comunicación intermedia como una extensa historia de interacciones y una secuencia de ambientes interconectados en una concreta dinámica social. El alcance de la interacción de los individuos en grupo, bajo la perspectiva del relativismo cultural, rebasa los contactos momentáneos para insertarse en relaciones de lenguaje o discursivas como consecuencia de un proceso evolutivo distribuido en la historia. Las relaciones discursivas son estructuras síquicas con gran material comunicativo que propician

²⁵ *Vid supra*, Cap. I, p. 2.

diferentes interpretaciones, según los esquemas conceptuales usados por los individuos.

Gonzalo Munévar hace una analogía para explicar la aportación epistemológica del relativismo.

"...Cuando percibo una manzana en particular la veo roja, al saborearla me parece también jugosa y deliciosa y lo suficientemente bella para convertirla en tema de una pintura de naturaleza muerta. Ésta y otras percepciones de la manzana son las que mejor me sirven para tratar con esa parte del mundo (la manzana). Imaginemos ahora que seres de diferente clase tienen percepciones de la manzana muy diferentes a la mía, aunque tan buenas como la mía. Al saber de otras percepciones ¿debo dejar de creer en mi percepción de la manzana? ¿Debo reemplazarla por la que tienen otros seres? Sospecho que la respuesta en ambos casos es no".²⁶

Lo que Munévar intenta ejemplificar es la flexibilidad del relativismo para explicar las relaciones sociales y la posibilidad de que el sujeto asuma su interpretación del fenómeno como una posibilidad más de "verdad", no la única.

Así pues, el relativismo cultural aparece como una estrategia epistémica razonable que abre espacios a diferentes marcos de referencia para abordar interacciones humanas.

²⁶ *Ibid*, p.15.

3.3. El conflicto entre globalización e identidad cultural

Si ponemos en un plano de confrontación las diferentes posturas en cuanto a concebir la cultura a través de parámetros ideológicos, es posible establecer los siguientes planteamientos referidos a consistencia, trascendencia, dignidad, originalidad y representatividad de las diversas esferas culturales.

Entre las variantes culturales, sólo una "primigenia" puede considerarse como representante de valores auténticos. Se afirma que solamente existe una cultura que merezca ser considerada como cultura "auténtica" o verdadera, Las otras son reflejos o meras apariencias de la "cultura verdadera". Esta posición es la que defiende el etnocentrismo. Esta corriente postula que a partir de una cultura "madre" todas las demás son incluso degeneraciones de ella.

Para los españoles que conquistaron América, los valores cristianos, morales, ceremoniales, etc., eran vistos como los únicos que debían prevalecer y ser aceptados por todos. Para los griegos los valores de la paideia (cultura griega) eran los únicos que podían oponerse a los bárbaros. Sin embargo, como ya apuntábamos líneas atrás, el etnocentrismo argumenta que éste ayuda a diseccionar e historizar sobre prácticas culturales vigentes ahora a pesar del contorno aparentemente globalizado.

Todas las culturas valen igual y encuentran su sentido en su propio espacio histórico y geográfico. En otras palabras: todas las culturas son desiguales y la igualdad

se refiere a sus derechos, su lucha por ser reivindicadas, aun cuando sean desiguales en características, condición e identidad numérica. Esta posición es la del relativismo cultural.

Ahora bien, el multiculturalismo, de alguna manera, trata de conciliar las anteriores posturas al afirmar que todas las culturas son "diferentes", pero no hay necesidad de sobreponer una a la otra, ni imponer políticas de separación. Se propugna por la convivencia y el respeto.

Es posible concluir que cuando se habla de cultura habrá que pensar en una entidad fenoménica, germinada a través de los siglos, cuya esencia es una concatenación de rasgos, pautas, elementos implicados en lo que algunos antropólogos llaman "sustantivación de las partes". Esto es, los elementos, pautas, rasgos de una cultura son figuras que se desprenden de realidades fenoménicas y que en el devenir cultural resaltan como aparentes totalidades, cuando son más bien piezas o formas de una totalidad mayor.

Gustavo Bueno, antropólogo español, lo explica así usando el siguiente ejemplo:

"Un hueso fémur no precede al organismo vertebrado, pero una vez formado puede ser extraído del animal, conformándose como una figura valórica de la fábrica orgánica. Los elementos, rasgos, instituciones culturales no son previos a las esferas culturales fenoménicas, pero pueden ser diseccionados, transportados e incorporados, con las deformaciones eventuales, a otras esferas culturales como elementos con capacidad de integración con otras partes suyas, o bien como elementos con capacidad disolvente del conjunto fenoménico constituido por una esfera cultural dada. Y todo esto sin perjuicio de que la incorporación de un elemento o rasgo

procedente de una esfera cultural dada a otra, no sea siempre "limpia", puesto que arrastrará casi siempre otros elementos, astillas o rasgos de la esfera cultural de origen".²⁷

Tal como se despliega ahora la globalización, la pobreza afecta a más de mil millones de seres en todo el planeta (más de 200 millones en América Latina y el Caribe). El individuo medio en esta región se enfrenta al cada vez más restringido acceso al progreso material. En cambio, se agrandan las opciones de gratificación simbólica por la omnipresencia de los medios masivos de comunicación. Algunos dirían: manos vacías y ojos colmados con imágenes del planeta.

Existe tensión en las ciudades, se pierde el sentido colectivo que alienta el individualismo. La globalización también ha generado una especie de paradoja donde se han abierto brechas sociales, las sociedades se fragmentan y contradictoriamente se enriquecen con la diversidad; el ingreso y la productividad se concentran en pocas manos, pero crecen nuevos movimientos sociales de autoafirmación o revaloración cultural, no de manera generalizada pero sí existen evidencias de esto.

¿Por qué el interés por la cultura ha crecido en los últimos tiempos? Una respuesta inmediata sería por el intercambio interétnico e intercultural de un mundo globalizado.

²⁷ Bueno, Gustavo. "Etnocentrismo, relativismo y pluralismo cultural". *Revista La Insignia*, España, julio. 2002, p. 5.

La noción de cultura está marcada por conflictos de exclusión/inclusión en los Estados/naciones. El multiculturalismo, tal como se entiende en naciones desarrolladas, no puede ser trasladado automáticamente a América Latina en países donde el mestizaje ha contribuido a la construcción de las naciones.

El multiculturalismo en Estados Unidos y Canadá está etiquetado con la leyenda de la "democracia racial". En América Latina se habla de nuevo de la "raza cósmica de José Vasconcelos. Traduzco: anhelo de que el futuro le pertenece a las culturas mestizas.

Considero, pues, que el concepto globalización es un eufemismo del postimperialismo unipolar (entiéndase la detención del poder por Estados Unidos), ¿Cómo se ejerce ese poder sobre América Latina? Mediante tácticas de dominio a distancia, a saber: redes económicas y políticas transnacionales, infraestructuras mediáticas, vigilancia militar high-tech.

La semántica del multiculturalismo prohíbe términos racistas y discriminatorios. Pero, los medios masivos contribuyen a ello. Es un plan para reforzar una aparente ideología de igualdad donde se exageran chovinismos no peligrosos para resquebrajar las redes de poder en todas sus vertientes.

Lo que sucede con la globalización en América Latina es resumido muy claramente por el antropólogo brasileño Gustavo Lins Ribeiro de esta manera:

"Bajo las condiciones del capitalismo transnacional, las corporaciones pueden operar libres de sus eslabones más pesados con los Estados-naciones, a través de la planetización del mercado financiero... Por eso el programa neoliberal de retracción del Estado, y por eso la consolidación del poder de las agencias multilaterales como el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial y la Organización Mundial de Comercio (OMC) que disputan con ventaja, con agentes que están involucrados en luchas por hegemonías a nivel nacional".²⁸

Además de eso –continúa Lins Ribeiro– las propias élites nacionales hoy están transnacionalizadas..."En varios países latinoamericanos, segmentos de sus élites operan de una forma post-imperialista, desde los narcotraficantes hasta los empresarios que lavan sus capitales en paraísos fiscales o en compras suntuosas en Miami".²⁹

Las empresas transnacionales de la comunicación son las que más identifican la conflictiva relación entre lo local, nacional y global. Los directivos de las empresas saben que las sociedades actuales son sensibles de sus identidades culturales específicas; por tanto, aquéllos buscan tácticas para esquivarlas o bien adaptarse a las mismas. Sería una especie de darwinismo perverso.

Volviendo al plano conceptual sobre las diversas concepciones sobre multiculturalismo, no debemos olvidar que los "naturismos" y chovinismos a ultranza debieran estar fuera, ya que hay que pensar a la cultura en nuestros días como un fenómeno de hibridación, donde se plantea que la cultura nacional y hasta regional es resultado de fusiones en el tiempo que rebasan ideologías fundacionales sobre la

²⁸ Ribeiro Lins, Gustavo. *Antropología* (Nueva Época). México, octubre-diciembre, 1999.

²⁹ *Ibid.*

historia de las naciones. (Ver capítulo II). Un primer reducto para diseccionar lo anterior es acercándose a la comunicación intermedia como un espacio para observar algo más que hechos globalizados.

Capítulo IV

La comunicación intermedia ante el fenómeno de la globalización cultural

La globalización es un elemento de la cultura contemporánea, pero no es el único para delinear el destino de la cultura mundial.

Existen diferencias entre la lógica mercantil y la pluralidad cultural, ya que la globalización económica y la pluralidad cultural están en permanente tensión, como consecuencia de la recomposición de identidades culturales y sociales.

Deben surgir otros enfoques sobre las relaciones entre lo global, local y regional que resquebrajen el esquematismo de la monocultura.

“Por parte de los antropólogos se ha efectuado una crítica del discurso canónico sobre la relación entre los flujos culturales transnacionales y las culturas específicas. La tendencia de la globalización de la cultura no conduce a la homogeneización del planeta, sino hacia un mundo de carácter cada vez más mestizado. Las nociones de hibridación y de mestizaje dan cuenta de estas combinaciones y reciclajes de los flujos culturales transnacionales por parte de las culturas locales”.¹

¹ Mattelart, Armand. *La mundialización de la comunicación*, Barcelona, 1998, pp. 107-108.

No obstante que el *eurocentrismo* históricamente se ha configurado en México y el resto de América Latina como una hegemonía comercial, religiosa, etc.; y también en el establecimiento de instituciones que han implicado la "superioridad" de formas y estilos de vida, el carácter de nuestras sociedades es manifiestamente sincrético¹, en donde la presunta hegemonía absoluta se topa frente a hombres y mujeres no cooptados por el proceso hegemónico; en cambio tratan de construir y preservar su alteridad como ademes a partir de los cuales se organizan contrapoderes, contrarrelatos e imaginarios sociales donde se sobrevive ante proyectos teledirigidos. Este fenómeno se ve hoy en día con el surgimiento de segmentaciones sociales y culturas propias de lo que se podría conceptualizar como *entropía cultural* o desintegración de una sola cultura para dar lugar a intertextualidades e intersticios donde, a pesar del entorno globalizante, perviven individuos y grupos con una cultura *sui generis*.

En el primer lustro del siglo XXI, dice James Lull, "no es posible pensar la vida cultural (ni la comunicación) en términos de la 'supercultura' o cultura común que cohesionaría un grupo, sino que la membresía y competencia cultural residen más en la construcción y uso de fragmentos de estilos de vida que las personas eligen e integran. "Cada individuo o grupo, continúa Lull, se vincula a culturas múltiples, de acuerdo con sus roles y oportunidades sociales, preferencias y en la medida en que participa en una variedad de experiencias".²

Estos postulados son los cimientos de la comunicación intermedia, en su esencia de ser sincrética y múltiple, comunicación que absorbe la inercia y la sustancia de la

¹ Ver supra, capítulo I, pp. 20-22.

² Lull, James. "Help". *Cultura e identidad en el siglo XXI*, en *Diálogos de la comunicación*, No 48, Lima, Felacs, octubre, 1997, p. 43.

cultura popular y los diferentes lenguajes del grupo de pertenencia. En esta perspectiva, se puede establecer que la comunicación intermedia es un intersticio dentro de la realidad posmoderna. Una concepción inferida de comunicación intermedia a partir de los postulados de Michel de Certeau, es la siguiente: "Bajo la realidad masiva de los poderes y las instituciones hay un movimiento de microresistencia, las cuales fundan a su vez microlibertades que movilizan recursos insospechados, ocultos en la gente ordinaria y con esto desplazan las posturas de la influencia de los poderes sobre la multitud anónima"³

Estas experiencias se presentan a pesar de los proyectos y planes de globalización que los grupos de poder económico quieren solidificar como una variante afinada de lo que a lo largo de la historia han sido políticas hegemónicas, practicadas desde épocas coloniales e imperiales.

Previo a entrar en una mayor especificidad sobre la comunicación intermedia, es útil detenerse en entender que esa comunicación subsiste ante el fenómeno de la globalización actual que expande sus ramas a vertientes comunicacionales e informáticas con el fin de reforzar un dominio no sólo económico sino cultural. La tentativa de globalización cultural no parece tener el éxito de la económica porque no es fácil uniformar imaginarios grupales y comunitarios sedimentados durante siglos en prácticas culturales intransferibles, fenómeno que implica una resistencia a preservar la cultura local como sustancia de la vida cotidiana.

³ Giard, Luce en Certeau, Michel de. *La invención de lo cotidiano*. México. Universidad Iberoamericana, 2007. p.XXII.

Edgar Morin en alguna ocasión declaró que la cultura “es todo aquello que media entre la realidad y los sueños”. Por eso, las pretensiones de estandarizar las cultura se han topado con el espectro infinito de los “sueños”, convertidos en fuerzas de distinto perfil en nuestros países periféricos. Esos “sueños” son expresión simbólica y síntesis de sabiduría popular, estética y artística, elementos que representan el centro de gravedad de la cultura de un pueblo.

Ahora en el siglo XXI el propósito de la globalización cultural es una variable para pretender consolidar el proyecto económico y cibernético de los centros de poder. Pero la sinergia incesante de la cultura en naciones subalternas, económicamente hablando, se mantuvo a lo largo de los siglos XIX y XX. Todo parece indicar que en nuestros días, gracias a las explicaciones del relativismo cultural y al multiculturalismo*, hay que reconocer la convivencia plural de diferentes culturas al interior de nuestros países. Esto es un hecho evidente. El movimiento antiglobalizante surge como una alternativa para oponerse a las leyes del mercado. Es un movimiento plural contrario a la ideología y fórmulas del llamado proyecto neoliberal. Me apoyo en Ernesto Laclau:

El movimiento antiglobalización intenta construir cadenas equivalentes entre numerosas luchas y demandas con base local. De esta manera rompe con el estrecho particularismo de esas luchas y demandas y las universaliza presentándolas como partes de una lucha emancipadora más vasta. Pero esta construcción de lo universal a través de la inscripción equivalencial es un proceso de identificación que -como todos los procesos de identificación- no es puramente conceptual sino que involucra una pluralidad de dimensiones intelectuales, políticas y afectivas.⁴

* Ver supra. capítulo III de esta investigación.

⁴ Laclau. Ernesto, *Atisbando el futuro* en Laclau, *Aproximaciones críticas a su obra*, México, FCE, 2008, p. 350.

A la pluralidad de dimensiones consideradas por Laclau, hay que agregar la dimensión cultural.

Ahora bien, no se debe soslayar el hecho de que la "industria cultural", adyacente a la comercial, ocupa espacios que continúan respondiendo a intereses transnacionales. Sin embargo, la diversidad cultural y comunicativa también se construye con estaciones de radio regionales, con pequeñas editoriales, con disqueras con propuestas musicales diferentes, con revistas temáticas, con directores de cine independientes. En fin, espacios que descartan la reduccionista afirmación de que la globalización comercial y tecnológica absorbe a la cultura.

La cultura en nuestros países no es o fue, está siendo gracias a los entrecruzamientos con las culturas emparentadas regionales, locales, comunitarias.

4.1. El grupo y su dinámica comunicacional

La particularidad de las culturas conduce a repensar los procesos de recepción colectiva e individual de los productos culturales transnacionales en las diferentes regiones donde se reciben. Este fenómeno ha cobrado especial interés en lo correspondiente a estudios sobre la globalización de los contenidos de los medios masivos de comunicación, pero también en la necesaria relación sobre estos niveles de comunicación como es el grupal, comunicación que en este texto se ha

conceptualizado como intermedia donde se debe involucrar al Otro como inicio de la experiencia comunicativa.

Me interesa deconstruir esto y para el efecto acudo a Emmanuel Levinas: "la pretensión de saber y alcanzar al Otro, se lleva a cabo en relación con otro, la cual transcurre en la relación del lenguaje cuya esencia es la interpelación. El otro se mantiene y se confirma en su heterogeneidad tan pronto como se lo interpela..."⁵

El lenguaje, dice Levinas, se habla allí donde falta la comunidad entre los términos de la relación, allí donde solamente debe construirse el plano común"⁶ Categóricamente, Levinas afirma: "Hablar es volver el mundo común, crear lazos comunes"... El mundo en el discurso es lo que doy, lo comunicable..."⁷

En comunicación, el *otro* me importa y me afecta. El *otro*, los *otros* están llamados a responder, y en la filosofía de Levinas el otro se hace más evidente a través de elementos como proximidad y responsabilidad, en una relación ética, elementos que involucran a la comunicación intermedia, gracias a que en los grupos los individuos se sitúan en la sintonía comunicativa, precisamente para reconocerse.

En comunicación plenamente humana, como es la grupal, el otro, el significante se manifiesta en la palabra al hablar del mundo y no de sí..."⁸ aquí se puede inferir que

⁵ Lévinas, Emmanuel. *Totalidad e infinito*. Salamanca, Ed. Sígueme, 1977, p. 92.

⁶ *Ibid.*, p. 96.

⁷ *Ibid.*, p. 99.

⁸ *Ibid.*, p. 119.

también reside en una responsabilidad como médula ética de comunicación. Me atrevo entonces a plantear esta pregunta ¿Quién soy yo si nadie se comunica conmigo?

La comunicación intermedia es grupal. Por tanto, es necesario detenerse en entender ¿qué es un grupo? Es un conjunto de personas que persiguen un objetivo común; existe una interacción entre sus integrantes y se acatan ciertas reglas o normas para llegar al objetivo, cualquiera que ésta sea. Los grupos tienen permanencia en el tiempo y los miembros se identifican y reconocen entre sí (afinidad). Los individuos acceden a un grupo con fines precisos que pueden identificarse a nivel emocional.

José Ortega y Gasset indica que un cuerpo humano (grupo, se entiende) indica la "com-presencia" sin la cual "no podríamos esclarecer cómo el mundo y todos en él existen para nosotros"...La fisonomía de ese cuerpo, su mímica y pantomímica, gestos y palabras (lenguajes) no patentizan pero sí manifiestan que hay allí una intimidad similar a la mía"⁹ (identidad). El cuerpo es fertilísimo campo expresivo o de expresividad. (comunicacional).

En términos generales en todo grupo hay dos códigos, uno interno, donde están preestablecidas las normas; y otro externo, para interactuar con otros grupos.

El elemento de la permanencia conlleva a acciones coactivas que permitirán la cohesión grupal. Ésta implica la necesidad de mantenerse como unidad social para, de

⁹ Ortega y Gasset, José. *El hombre y la gente*, tomo I, Madrid, El arquero, 1967, pp. 128-129.

esta manera, representar la suma de necesidades individuales de los miembros del grupo.

Cabe mencionar que en un grupo no necesariamente hay un líder (esto dependerá de los objetivos del grupo). En todo caso, de ubicarse un líder, éste deberá responder a las expectativas del grupo y deberá demostrar capacidad de convocatoria, credibilidad, confianza, habilidad para coordinar acciones. Las características del grupo que se ha pretendido delinear aquí no permitirá un líder que no sepa deslindar dominación a ultranza de conducción grupal.

Las necesidades personales y grupales están interconectadas; por tanto, pueden generar la unión o desunión del grupo. Esto se esquematiza en el flujo comunicacional individuo→equipo→tarea, donde los tres elementos dependen entre sí.

La comunicación en grupo puede explicarse con algunos postulados de Emmanuel Lévinas, filósofo de origen lituano, nacionalizado francés, quién explica que el yo cerrado (el ego cartesiano) debe dar lugar a un "yo abierto", ya que el individuo "será" cuando el otro lo nombre. Según Lévinas podemos sustituir el "pienso, luego existo", de Descartes por "soy nombrado, luego soy".

Al intentar una conexión de esta filosofía con la comunicación podría anotarse que el ser está condicionado con la relación de comunicación intermedia con el Otro desde el momento en que hay reciprocidad al nombrarse, al usar convenciones

lingüísticas. De ahí que la identidad **de un individuo** y un grupo empieza a formarse en lo que no se es observando al Otro. La identidad se define en los opuestos: "lo que he pensado no lo he pensado solo."¹⁰

¿Qué es un grupo en comunicación? Un grupo puede ser simplemente definido como un pequeño conjunto de **individuos** que sean capaces de interactuar y comunicarse entre sí. Los grupos **son lugares** de intercambio de mensajes y cumplen funciones como la puesta en común **de códigos**, signos y símbolos a fin de establecer relaciones interpersonales y **organización social**. De esta definición operativa es posible desprender cinco elementos **básicos**: número de integrantes, propósitos, interdependencia, niveles y/o fronteras de percepción e interacción comunicacional.

Primero, el número de **individuos** que conformen un grupo es importante puesto que esto significará la diferencia **entre la comunicación masiva** y la intermedia.

De ahí que un grupo, en este **nivel** de comunicación, puede estar integrado por aquella comunidad de personas que estén en posibilidades de comunicarse cara a cara sin la herramienta tecnologizada de **un medio masivo**. Así podemos hablar de al menos tres personas en adelante (decenas **y quizá** centenas) como sería el caso de un público cautivo en un auditorio, centro **cultural**, político, de espectáculos, partido político, municipio, etc.

¹⁰ Vid Blandcot Maurice en Delgado Parra, Ma. Concepción. *La comunicación intermedia y su por venir*. Cuaderno de materiales

Segundo, los grupos tienen que compartir propósitos. La efectividad comunicativa de un grupo depende en buena medida del nivel de deseos y acuerdos comunes de sus integrantes. Esto no significa que cada miembro del grupo desee o quiera exactamente lo mismo, pero deben existir objetivos comunes que, en caso de cumplirse, contribuyan a la cohesión grupal y al mismo tiempo a la satisfacción individual; de otra manera habría *anomia comunicacional* al interior del grupo.

El tercer elemento que distingue a los grupos es la interdependencia de sus miembros. En un grupo las acciones y conductas de cada persona afectan tanto al individuo como a la pequeña colectividad. Por ejemplo, un hombre o mujer que falle en alguna responsabilidad asignada, podría acarrear dificultades para los otros en relación directa con el desarrollo y metas por perseguir. Desde la perspectiva de la comunicación intermedia, en el elemento de la interdependencia, si algún individuo oculta información preeminente para el grupo, se caería en una especie de desbalance en los marcos de referencia compartidos por los integrantes del grupo.

Cuarto, las fronteras de percepción de un grupo se entienden cuando sus integrantes sean capaces de identificarse como parte del mismo grupo y sobre todo distinguir los límites espaciales de acción simbólica de su grupo en la medida del uso y apropiación de los diferentes lenguajes de identificación grupal, que pueden ser el vestido, la ideología, lenguaje verbal, no verbal, reglas de convivencia, etc.

La interacción comunicacional se ubica en la postura teórica llamada interaccionismo simbólico, que plantea la trascendencia de las negociaciones de

sentido entre los individuos. Esta teoría indica que la conducta humana no puede explicarse con el esquema estímulo-respuesta, sino que privilegia los contextos sociales donde se efectúan las interacciones cotidianas entre individuos. Es decir, toma en consideración la interdependencia comunicativa humana.

“El punto de partida básico del interaccionismo simbólico, y que lo sitúa de lleno en las reflexiones aportadas por los enfoques psico-sociales, es que los seres humanos no viven aislados, sino formando parte de grupos y en interacción permanente con otras personas. De esta manera se retoma la dialéctica entre lo individual y lo social”.¹¹

En la relación presencial de comunicación intermedia, cada interlocutor se adapta a las expectativas del otro. Esto se da en el marco de normas y usos sociales grupales preestablecidas. Las interacciones en los encuentros comunicativos son experiencias sociales complejas no simples actos lineales de transmisión de información, como se presenta en la consabida comunicación masiva a través de los medios ya conocidos. En la comunicación intermedia el acento recae en la plena comunicación real humana y en la reciprocidad entre los que construyen y utilizan códigos (lenguajes) para coparticipar en el fenómeno comunicativo.

Como se ve, esta explicación del interaccionismo rebasa la visión simplista de Giovanni Sartori¹² sobre la absoluta pasividad de las audiencias ante la televisión. La comunicación intermedia indica entonces que los espectadores reaccionan frente a los

¹¹ Rizo García, Marta. *Comunicología, psicología social y sociología fenomenológica. Exploraciones teóricas para la conceptualización de la interacción y la comunicación*. Anuario de Investigación, CONEICC, 2005, p. 108.

¹² Ver Sartori, Giovanni. *Homo videns, la sociedad teledirigida*, México, Taurus, 1998, 204 pp.

medios, cuestionan, se distancian y confrontan o comparan opiniones con los miembros del (os) grupo(s) de pertenencia. Se trata de una interacción compleja, flexible, dinámica para apropiarse de significados y sentidos para decodificar.

En efecto, Michel de Certeau enfatiza la capacidad de resistencia del hombre común contra el poder, así sea el de la comunicación masiva. Las "representaciones" difundidas por la televisión, afirma de Certeau, pueden ser estudiadas a través "del uso que hacen de ellas grupos e individuos. Por ejemplo, el análisis de las imágenes difundidas por la televisión (representaciones) y del tiempo transcurrido en la inmovilidad frente al receptor (un comportamiento) debe completarse con el estudio de lo que el consumidor cultural 'fabrica' durante estas horas y con estas imágenes".¹³ Por eso la comunicación intermedia es un elemento que desenmascara lo difícil que resulta rastrear la influencia de un solo medio y de un específico mensaje, de ahí la insistencia de calificarla como sincrética y múltiple.

Me apoyo en de Certeau: "La presencia y la circulación de una representación (enseñada como el código de la promoción socioeconómica por predicadores, educadores o vulgarizadores) para nada indican lo que esa representación es para los usuarios. Hace falta analizar su manipulación por parte de los practicantes que no son sus fabricantes. Solamente entonces se puede apreciar la diferencia o la similitud entre

¹³ de Certeau Michel. *La invención de lo cotidiano*, México, Universidad Iberoamericana, 2007, p. XLIII.

la producción de la imagen y la producción secundaria que se esconde detrás de los procesos de su utilización".¹⁴

De acuerdo con lo anterior, la esencia de la comunicación intermedia es ontológica, no sólo metodológica, porque implica el estudio del mundo intersubjetivo de la vida cotidiana. A. Schutz y T. Luckman explican que el ámbito de la realidad en el cual el hombre participa continuamente es inevitable y pautado. El mundo de la vida cotidiana es la región de la realidad en que el hombre puede intervenir y puede modificar mientras opera en ella su organismo animado. Sólo dentro de este ámbito podemos ser comprendidos por nuestros semejantes y sólo en él podemos actuar junto con ellos.¹⁵

El quinto elemento que define a un grupo es la presencia de una consistente interacción comunicacional entre los participantes. Esta condición es vital dentro de la comunicación intermedia puesto que en un grupo la inercia para comunicarse es incesante y el compartir información refuerza la retroalimentación, las acciones coordinadas y el control y en su caso solución de situaciones problemáticas.¹⁶

Las experiencias comunicativas intermedias y/o grupales están marcadas por el contexto cultural. Me refiero a que no sólo el idioma es una barrera comunicativa sino que la situación es más compleja e implica considerar normas y prácticas culturales.

¹⁴ *Ibid*, p. XLIII.

¹⁵ Vid. Schutz, A y Luckman T. *La estructura del mundo de la vida*, Buenos Aires, Amorrortu, 1977.

¹⁶ Vid. Homans, G.C. *The human group*. New York, Harcourt, World and Brace Inc, 1950; y Poole, M. S. and Hirokawa, R. *Communication and group decision making: a critical assesement*. USA, Beverly Hills, Ca: Sage, 1986.

La comunidad crea sentidos de pertenencia característicos de cada grupo y tiene íntima relación con la identidad social; la afectividad es parte de la tensión entre el individuo y los "otros". Es un rasgo sui generis pero construido en la convivencia social; la cognición se asocia a la doxa y los conocimientos socialmente construidos y tiene como eje sustancial la intersubjetividad, entendida como el transitar humano en un devenir social e histórico. Por tanto, no es exactamente un flujo de conciencia interior, a la manera de Husserl, sino el encuentro con la realidad y la manera de observarla en la perspectiva del sujeto.

La comunicación interpersonal, ante esta perspectiva conceptual, se presenta como una fenomenología donde existe una intersección de las experiencias del individuo con las de los otros; de ahí que es posible hablar de una conexión de intersubjetividades, desarrolladas a través de diálogos e interacciones. En palabras de Vizer sería que "nuestra capacidad de interpretar y la mera presencia dentro de un contexto social nos pone ante los demás en la doble posición de actores y observadores".¹⁷

En la comunicación intermedia, la inteligencia del sujeto somete a crítica la norma rígida social. Por ello hay una gran diferencia entre ambos niveles de comunicación debido a que en la comunicación intermedia existe una orientación entre iguales sobre el comportamiento de los integrantes del grupo. La estabilidad del grupo entonces radica en aquellas situaciones de comunicación que amplíen las posibilidades

¹⁷ Vizer E. *La trama (in) visible de la vida social. Comunicación, sentido y realidad*, Buenos Aires, La Crujia, 2003, p.108.

de interlocución entre los iguales. Surge una idoneidad comunicativa y una potencialidad hacia el yo crítico. ¿Por qué? Debido a que a medida que cobramos conciencia de los automatizados y rígidos mecanismos de la comunicación masiva, vamos creando condiciones de modificación de los lenguajes puestos en práctica en la comunicación intermedia, para aumentar los niveles de comunicación en cuanto a la auténtica interpretación y decodificación de los mensajes. Las reglas sociales, a nivel grupal, se personalizan al propiciar un ambiente más reflexivo y crítico. Por el contrario, las reglas aparentemente dominantes de la "globalización cultural" son intelecciones imprecisas que no fatalmente conducen a una obediencia social impuesta por el mensaje masivo.

Al inhibir la crítica y convertir en tabú contenidos de estandarización cultural, quizá influyen algunos elementos de la socialización pero no en una sociedad como la mexicana en permanente evolución donde tales métodos si bien ocupan algunos espacios socio-culturales, permanecen otros donde perviven experiencias vitales del grupo de pertenencia. A pesar de la intencionalidad de la globalización cultural el ser humano en grupo es donde verdaderamente crece. Lo que se decide en la comunicación intermedia es la amplitud del carácter en toda su complejidad. Es la que propicia la construcción del pensar crítico.

4.2. La comunicación intermedia en un grupo social

La comunicación intermedia dentro de un grupo es mucho más que informar datos. A través de ella se activan relaciones de confianza, maneras de ejercer algunas variantes de poder y autoridad y sistemas de organización. El panorama comunicativo adquiere una dimensión diferente al permitir un mutuo aprendizaje, no en el sentido instrumental sino con alto grado de convencimiento y solidaridad. Por supuesto que en la comunicación intermedia de grupo no se está exento de conflictos. Esto es sustancial a toda interacción humana, pero –como ya hemos expuesto páginas atrás– en la comunicación intermedia, al permitir la intercomunicación, no hay cuestiones absolutamente cerradas, muchos problemas pueden revisarse y discutirse cuando sea necesario.

Las explicaciones conductistas sobre los “efectos” generalizados y/o uniformes de los programas de televisión, especialmente, han sido modificados por estudios que enfatizan las mediaciones en la construcción de sentido, lo cual conlleva interpretaciones diferenciadas a partir de la cultura de pertenencia del receptor.

“El reconocimiento de los medios y de las mediaciones ha originado como renovación de las aproximaciones teóricas en cuanto al análisis de las relaciones entre las culturas. Hay quienes se apoyan en esta apertura para decretar el fin de las relaciones de sujeción de unas culturas por parte de otras; y para saludar la llegada de

un consumidor soberano, navegante en el universo de la cultura global, sin más límite que su libre albedrío”.¹⁸

¿Cómo entender esta inercia? La fuerza de pueblos pobres a reapropiarse y revalorar su historia y su cultura implica riesgos de encerrarse a ultranza en identidades fundamentalistas, hecho que puede conducir a intolerancia hacia todo lo extranjero. Esto se puede entender como una respuesta a la marginación inherente de las prácticas de la globalización económica. Podría ser una suerte de “pulsión” etnocultural para resguardar lengua, tradiciones populares, religión; en fin, barreras para defenderse del “extraño” con perfiles de omnipresencia. Una interpretación de movimientos populares puede entenderse como la expresión de pertenecer a una civilización propia, no contaminada por elementos de transculturación. Suena exagerado, pero al fenómeno se le ha llamado “fronteras de civilización”.

La experiencia de la comunicación intermedia es la que acontece cuando un grupo de personas son identificables y realizan intercambios de mensajes para la convivencia e interacción plenamente humana.

La comunicación intermedia considera al grupo como unidad esencial, y se interesa por normas culturales, identidad, integración, identificación, así como procesos de comunicación. Los procesos de comunicación en los grupos se refieren al patrón de

¹⁸ Mattelart, Armand. *La mundialización de la comunicación*. Barcelona. Paidós. 1998. pp. 110-111.

cambio de relaciones entre los miembros y la estructura del propio grupo a través del tiempo. A cada estructura de grupo corresponde un proceso.

La comunicación intermedia defiende asimismo la interactividad dada por los lenguajes *sui generis* a la comunicación en los grupos. Esto conlleva a entender aspectos relacionados con motivaciones, experiencias pasadas, usos y costumbres, etc. De ahí que la comunicación intermedia tenga como coordenadas de ubicación perspectivas transculturales y multiculturales. Los grandes planos por donde transita la comunicación intermedia y que implican gran complejidad son la comunidad, afectividad, cognición, en fin, todo el entramado de relaciones sociales donde subyace el prurito de la identidad.¹⁹

Una arista de la cultura permite establecer contacto con procesos significativos y sirve como mediadora entre el entorno cultural de una sociedad y a la vez alienta cierta autonomía para interpretar normas culturales. Esto es particularmente útil en la sociedad actual más expuesta al cambio. Gran parte del perfil cultural de una sociedad puede ser identificado con esos recortes de realidad que son los grupos donde, por supuesto, los individuos integrantes se comunican con gran variabilidad de acciones pero en un mismo contexto social. Por eso mi insistencia de considerar a la comunicación intermedia como definitoria de los límites e influencias generados por innumerables agentes de socialización. En el grupo, comunicándose, el individuo se ajusta a los lenguajes practicados (verbales y otros) para socializarse. Los cambios y

¹⁹ *Vid supra* capítulo III, pp. 80-85.

rupturas en la socialización cumplen una función comunicativa sustancial que significa interacción y la oportunidad de aprender en el nivel informal de la educación.

El resultado de la comunicación entre grupos puede ser considerado como un subproducto de la interacción comunicativa intermedia. Sería (la interacción) vía específica de "mirar al mundo". Esto tiene relación directa con valores y costumbres grupales; el acatamiento de normas es uno de los rasgos distintivos de los grupos.

Los psicólogos sociales sostienen que los grupos dan a los individuos un cuadro de referencia para la comprensión de su mundo, hecho que implica control de las normas que regulan las acciones de los miembros. Esta condición de los grupos permite continuidad y cohesión comunicacional.

La dinámica comunicacional a nivel intermedio implica un marco de referencia para la percepción de objetos significativos; apego de las conductas a las reglas preestablecidas, según el valor simbólico de aquellos objetos; márgenes de tolerancia en caso de alguna violación a las normas.

Estructuralmente, y como consecuencia de lo expuesto hasta aquí, a la comunicación intermedia se le pueden identificar las siguientes interfases:

- Intencionalidad, ya que todo mensaje requiere grados de elaboración, compromisos e interés para construirlo y para emitirlo claramente.

- Elaboración simbólica, al implicar un trabajo de abstracción de la realidad, trasladada a ideas, conceptos y concepciones de éstos para ser comunicados.

Es simbólica al tener como herramienta esencial al lenguaje, que se vale de una carga simbólica para emitir mensajes, sentimientos, etc. Es decir, los mensajes en la comunicación intermedia no son instintivos sino que representan una construcción o reelaboración enteramente humana con gran contenido connotativo. Lo simbólico crea "realidad; es decir, aquello que es nombrado por el lenguaje y que es pensado y hablado".²⁰

Por eso, las dimensiones de la comunicación intermedia se identifican mediante el lenguaje oral, el lenguaje corporal y el lenguaje paraverbal: tono, volumen, ritmo, inflexiones de la voz.

El proceso de la comunicación intermedia es, de hecho, ilimitado porque al ser ésta una práctica interactiva de comunicación entre los individuos, los mensajes externados no se agotan; se presenta una sucesión de códigos (información) entrelazados con enorme flexibilidad para continuar el proceso de la retroalimentación entre emisor-receptor/receptor-emisor. En otras palabras, en la comunicación intermedia existe un intercambio de estos roles, hecho que la distingue plenamente de la comunicación masiva donde, por definición y por práctica, no se da la transmutación de los tradicionales roles emisor→receptor.

²⁰ *Ibid.*

A la luz de este fenómeno, afirma Oliver Quijano, antropólogo colombiano, “los procesos de resistencia permiten la permanencia y conservación de rastros, rostros y huellas múltiples que hoy manifiestan un proceso de una escritura borrada artificialmente sobre la cual se edifica una sociedad polifónica y pluricultural”.²¹

Culturalmente hablando, Latinoamérica es un gran texto compuesto por intertextos en su interior a los cuales hay que observar para dar sentido y coherencia a la complejidad cultural latinoamericana.

“Visto el fenómeno desde la dimensión de la interculturalidad, América Latina deja entrever un modelo etnocéntrico, producto de la conformación social a partir de las razas (blanca, negra, india) en la cual cada una de éstas, sin duda, se encuentra acompañada de un *ethos cultural*... En esta dirección la pregunta acerca de la superioridad de la raza blanca queda resuelta con la preeminencia del mestizaje, realidad que hoy da cuenta del carácter sincrético e híbrido del contexto latinoamericano”.²²

Enrique Dussel, en una aseveración un tanto fatalista, escribe que “el mestizo vivirá en su cuerpo y sangre la contradictoria figura de la modernidad como emancipación y como mito sacrificial.” Pero, los pueblos menos desarrollados han mantenido buen grado de independencia por su irreductible tendencia a conservar símbolos como ejes de orden social y cultural.

²¹ *Ibid.*

²² *Vid.* Glynos, Jason y Stavrakakis, Yannis, *Encuentros del tipo real*, en Laclau: aproximaciones críticas a su obra, México. FCE. 2008. pp. 249-265.

Frente a la fuerza de orden político y mediático aparecen las heterogéneas culturas regionales y al mismo tiempo grupales (en la concepción que ya hemos visto) como inercias hacia la organización social y a la integración grupal. Ante esta condición, las estructuras de poder actúan contradictoriamente. Por un lado, tratan de asimilar o tolerar a los grupos y sus prácticas culturales, y por otro intentan someterlos cuando sospechan que el proyecto económico y político puede debilitarse como consecuencia de comunicaciones socioculturales inaceptables para propósitos de sometimiento y hegemonía.

La tensión entre estas fuerzas impulsan hacia un imperativo de unidad por parte de los individuos y grupos.

4.3. La comunicación intermedia y la cotidianidad

Los estudios de comunicación han ambicionado predecir el comportamiento del público con cierto nivel de predictibilidad. El que esto se convierta en un problema y no se haya realizado de forma muy convincente, hay que atribuirlo a la coexistencia de múltiples factores coincidentes en educación, valores, economía, historia.

Mi insistencia en el sentido de que existe una yuxtaposición de distintas costumbres, a pesar de la globalización, indica que en la sociedad actual las fronteras se vuelven permeables como consecuencia de una dinámica de aprendizaje inserto en un repertorio de comportamientos adquiridos en la convivencia grupal. Viene a la

memoria la afirmación de Karl Marx, en el prólogo a la crítica de la economía política cuando dice: “No es la conciencia de los hombres la que determina su ser sino a la inversa, su ser social el que determina su conciencia”.²³ Esta tesis refleja las características del hombre contemporáneo. Sin embargo, el aserto de Marx no puede interpretarse como una generalización mundial o global, sino que ante la perspectiva de la comunicación intermedia, la llamada “conciencia” estará íntimamente correlacionada al grupo de pertenencia del individuo, ya sea familiar, escolar, laboral, político, etc. La empresa es difícil. Si Marx reparó en las fuerzas sociales, Freud se detuvo en las fuerzas pulsionales. Hoy, si se aspira a la tolerancia, al abordar la comunicación humana, debemos rebasar los esquematismos de la globalización para adentrarnos en el hecho de que el pensar y actuar colectivo es, de facto, un pensar y un actuar grupal (sin olvidar los perfiles de personalidad individuales, que no son objeto de este estudio).

La posición que se ocupa en la sociedad [en el (los) grupo(s) de pertenencia] es la que determina la conciencia y comprensión de sí. El psicoanálisis agrega que en la interacción social, los procesos biológicos permiten la capacidad de aprender; y lo social es la consecuencia de las informaciones acerca del comportamiento deseable y del que debe ser evitado. Es decir, lo que Ortega y Gasset ha conceptualizado como la coerción de la sociedad (grupo) hacia el individuo para que acate ciertos usos sociales vigentes.²⁴

²³ Marx, Karl. *Prólogo de la contribución a la crítica de la economía política en: Max Engels. Obras escogidas*. México. Editorial Progreso. 1955, p. 343.

[†] Depósito energético de los procesos psíquicos.

²⁴ Vid Ortega y Gasset. *El hombre y la gente*, Madrid, Alianza, 1996, pp

Lo biológico y lo social se entrelazan en el desarrollo del individuo. En el plano de la comunicación intermedia, me atrevo a decir que ofrece resistencia a los mensajes con pretensión de "amaestrar" a las personas a fin de que su conciencia se aleje de la crítica.

El yo crítico es el que está en juego en la tan socorrida "globalización cultural", pero habrá que entender que es un proceso inconcluso ante los mecanismos psicosociales que encubren el comportamiento individual, transmitido por los genes, por las acciones aprendidas social y grupalmente.

Son dos, pues, los factores que confluyen en una experiencia comunicativa: el genético-hereditario y el referido a lo social-grupal circundante. La relación de esos elementos es muy variable, por eso la intención aquí es evitar una posición dogmática sobre el fenómeno de la comunicación humana. Rescato la categórica afirmación de Ernesto Laclau: "El flujo social no puede ser detenido por ninguna represa conceptual".²⁵

El yo social-comunicativo y el yo personal implican procesos de integración directamente relacionados con el comportamiento de los individuos a nivel personal y social. Este enfoque nos conduce a considerar la relación entre el yo personal y el yo social y/o colectivo.

²⁵ Laclau, Ernesto, *op. cit.*, p. 352.

Dice Henri Lefebvre que “las horas, los días, los meses, los años, los siglos se implican... La cotidianidad es lo real y la apariencia, es lo relativo y lo absoluto”.²⁶

La cotidianidad remite a la comunicación: a la palabra, al juego fonético al retruécano, a todas las posibilidades del lenguaje; a estructuras simbólicas que en buena medida aseguran la inteligibilidad de la realidad.

La cotidianidad conlleva además una simultaneidad del pasado, del presente y del futuro... la estabilidad social. En la vida diaria, el tiempo, agrega Lefebvre, “se recorta en contiguidades y discontinuidades, antes de reabsorberse en la memoria y el destino, casi idéntico”.²⁷

El campo semántico en la cotidianidad es el terreno que da cabida a lo significativo porque aquella es la evidencia que ayuda a descifrar el enigma de lo real: trabajo, ropa, muebles, goces, frustraciones, alimentos, momentos, creatividad, interacciones, etc., etc. La totalidad de lo posible. El camino de la realización.

La cotidianidad ayuda a comprender el sentido de la historia y de la sociedad misma. Ambas responsables también del “no sentido”, de las violencias sin nombre, de los absurdos, de los callejones sin salida”.²⁸

²⁶ Lefebvre, Henri. *La vida cotidiana en el mundo moderno*, Madrid, Alianza Editorial. 1972, p.13.

²⁷ *Ibid*, p.19.

²⁸ *Ibid*, p. 25.

La cotidianidad y la comunicación intermedia no son sólo dos conceptos. Son dos hilos conductores para aprehender a la sociedad. Para identificar estilo y cultura, lo cual rebasa con mucho la simple tarea de fechar los acontecimientos, para adentrarse en los lenguajes, los usos sociales, los muebles de las casas, la moda, en fin el perfil comunicativo de los grupos humanos, teniendo como punto de referencia la consolidación del capitalismo desde el siglo XIX.

Entrelazar la cotidianidad con la comunicación intermedia es evidenciar una praxis donde existe una base económica, con una división del trabajo; una estructura, con relaciones sociales determinadas, relaciones de propiedad; y una superestructura, con elaboraciones e instituciones (aparatos ideológicos de Estado e ideologías).

¿Dónde queda la cultura? En el complejísimo entramado de todo lo anterior y que es mezcla de conocimiento, concepciones e interpretaciones del mundo, es posible afirmar que la cultura es la gran praxis.

Para comprender esta praxis en el devenir histórico del complejo sociocultural de la comunicación intermedia y la cotidianidad, hay que seguir la pista a los rastros culturales de comunidades, en tanto indicadores de la diversidad cultural y su evolución ante experiencias adaptativas que han sido herramientas de resistencia frente a la aculturación latente en la sociedad de masas.

A través del esfuerzo de los individuos y sus grupos de pertenencia por identificarse en una realidad cultural no impuesta mediáticamente, la cotidianidad

presenta rasgos de independencia con respecto al bombardeo de mensajes masivos. Es, de hecho, un fenómeno de conciliación y acomodamiento, a pesar de la superioridad del poder establecido. Cualesquiera que fueran las presiones de las élites, nuestros días evidencian una sociedad con peculiar experiencia cultural y con modos específicos de participación socio-comunicativa. Las imposiciones del poder encuentran en la experiencia popular un contrapunto que expresa una dinámica y convicciones culturales en donde se puede reconocer la identidad de la cotidianidad como contrapunto dialéctico y eje rector de la comunicación intermedia. De ahí que considero a la comunicación intermedia como una suerte de "imago" social donde se organizan y conservan las acciones comunicativas de los individuos en un proceso histórico con todas sus confluencias. Esta forma de concebir a la comunicación intermedia se aleja de reduccionismos categoriales en una falsa totalidad mistificadora.

Dice Henri Lefebvre que la vida cotidiana es lugar de equilibrio, pero también puede ser espacio para reconstituir la convivencia y mejorar la calidad de vida cuando las instituciones no son capaces de cubrir las necesidades de los individuos; un todo socio-económico-político-ideológico-cultural.²⁹

En la segunda mitad del siglo XX se difumina el fenómeno de gran cantidad de mensajes: imágenes, frases, palabras, signos configurados por la publicidad y la propaganda. "La sonrisa se convierte en símbolo de la felicidad cotidiana, la del consumidor radiante, y la 'pareja' va unida a la blancura obtenida por los detergentes".³⁰

²⁹ Lefebvre, Henri. *La vida cotidiana en el mundo moderno*, Madrid, Alianza Editorial, 1972, p. 46.

³⁰ *Ibid.*, p. 75.

En los años 60 como consecuencia de la explotación semicolonial el status del proletariado tiende uniformemente en aras del consumo. El capitalismo reclama la integración de los individuos a la vida moderna o mejor dicho a la sociedad técnica, donde las formas de convivencia se derivan de la técnica sin el aporte de una cultura que le confiera un sentido verdaderamente humanístico. "El reflejo de las relaciones con el objeto técnico, con el medio, (pantalla de cine, aparato de radio, televisor) es reflejo de un reflejo, sustituye el arte como mediación e interpreta un papel análogo".³¹

La denominación sociedad técnica implica el avance técnico, un factor económico y social determinante. Este factor es ejercido por una especie de casta llamada los tecnócratas, quienes actúan por vía institucionalizada.

La tecnocracia, afirma Henri Lefebvre, tiene como coartadas las aplicaciones de la técnica de la vida cotidiana. Los objetos técnicos son eficaces porque dan "prestigio". Pero, la automatización no elimina de tajo espacios de pobreza ni las necesidades culturales con profundas raíces que aún permanecen insatisfechas en la sociedad técnica masificada.³² Los valores asociados a prácticas culturales grupales están latentes. La atención que debe darse a estos valores requiere de estrategias que rebasan los estudios del mercado donde el publicista se convierte en una especie de demiurgo, el mago que inventa el deseo de adquisición de productos superfluos.

³¹ *Ibid.* p. 66.

³² *Ibid.* p. 65.

Frente a este contexto, al abordar los fenómenos de comunicación humana habrá que considerar a la esencia, a la médula de esa comunicación: el lenguaje. El lenguaje como convención lingüística determina un conjunto de subsistemas de lenguajes connotativos, compuestos por diversos significantes.

La comunicación, a través de su herramienta lingüística, abre nuestro espacio entre gran variedad de espacios posibles. El espacio para comunicarnos a nuestra escala o en apoyo a nuestro marco de referencia común acentúa una realidad sensible al juego dinámico y flexible de la interpretación de los mensajes.

En este juego los criterios de apreciación se presentan con cambios prácticos en el nivel conceptual. Ahí los sentimientos y las emociones encuentran espacios para expresarse, no sólo mediante la verbalización sino utilizando otros lenguajes como los casi infinitos del tono y del cuerpo.

De esta manera, la comunicación intermedia gira en torno a cómo se logra una efectiva comunicación en una instancia de aproximación a lo cotidiano. Implica (la comunicación intermedia) una ruptura con maneras de comunicación tecnologizada y enfatiza la necesidad de comprender y explicar recortes de realidad en el aquí y ahora. La comunicación intermedia, por tanto, instituye estructuras de realidad como una construcción y desconstrucción permanente de la vida social.

Enfatizo, ahora que la interpretación de significados y las interacciones entre los individuos, así también las experiencias intersubjetivas compartidas, se convierten en

átomos en perpetuo movimiento donde se manifiesta lo que uno sabe y duda. De esta manera, la comunicación intermedia se ubica en un nivel ontológico de comprensión, en el gran terreno de la vida cotidiana.

En la comunicación intermedia, cada grupo tiene normas preestablecidas que obligan al individuo a acomodar sus necesidades a aquéllas. El grupo, entonces, es una suerte de instancia de coacción que en buena medida coarta a la persona, sin que esto conlleve a impedir su capacidad crítica. Este proceso es lento y actúa como un poder estabilizador entre la persona y el grupo social. El eje rector para encontrar idealmente un equilibrio entre el yo que piensa críticamente y la coacción social es el aprendizaje, dirigido a atemperar orientaciones emocionales, tales como agresión, angustia, impaciencia, etc.

¿Cuál es la necesidad psíquica que nos impele a acatar la normatividad de la comunicación humana? Es la necesidad de estar integrado y también la inercia hacia el ritualismo, el cual está directamente relacionado con los usos sociales vigentes dentro del grupo. El fenómeno, psicológicamente hablando, se muestra como una necesidad para evitar el displacer. Toda modificación que pueda alterar el ritualismo social crea angustia; el ritualismo es un poder estabilizador y el cimiento que explica por qué ciertos hábitos culturales, al interior de la comunicación intermedia, han permanecido a pesar de la embestida omnipresente de los mensajes distribuidos por los medios masivos de comunicación colectiva.

La masa, en el sentido más literal del concepto, no opera sólo para fuera sino también dentro del yo; al ser el yo una conjunción biológico-social remite a las reglas sociales grupales. No olvidar que el individuo se mueve entre el yo personal y el yo social. Dicho de otra manera: es la sociedad interiorizada en el yo de la persona la que permite, en su caso, una conciencia crítica grupal. Es obvio que los mensajes masivos coartarán esta potencialidad. En cambio, la dinámica y flexible comunicación intermedia, por lo antes expresado, se convierte en el espacio donde el individuo verá con mayor fidelidad su realidad, acercándose a procedimientos de socialización y comunicación efectivas, a su posibilidad de constatación. El establecimiento de una identificación grupal en la comunicación intermedia solidificará una "normalidad" comunicativa y lazos de identificación.

La normalidad entre el *yo personal* y el *yo social* se resuelve precisamente como consecuencia de la capacidad de empatía del individuo. Esto es, se acomoda y/o integra a la sociedad (a través del espacio grupal) a fin de evitar sanciones y poder soportar las tensiones de la convivencia con los otros, o mejor dicho con los iguales.

Por otra parte, en la comunicación intermedia hay un acercamiento al no conformismo, a pesar de la búsqueda permanente de la empatía. En esta encrucijada se va solidificando la conciencia de sí, directamente conectada con la capacidad de decisión. Esta fase es difícil de entender en nuestra "civilización" ya que el lugar común indica que todos somos masa y el poder mediático limita la capacidad de decisión y disensión del individuo. Pero en la comunicación intermedia la toma de decisiones es

una tarea cotidiana puesto que aquéllas serán los andamiajes para la integración social y por lo mismo la plataforma para manejar las pulsiones personales.

La comunicación masiva es un estupefaciente y no está conectada con experiencias de intercambios comunicacionales reales ni mucho menos con altos niveles de empatía. En consecuencia, la comunicación intermedia ayuda al manejo del displacer generada por la comunicación masiva. No debemos olvidar que ésta prohija reforzamiento de estereotipos propios de la cultura de masas. No quiero anotar estereotipos caducos porque tristemente no lo son, están vigentes. Sin embargo, es en el plano de la comunicación intermedia donde, gracias a la conciencia de sí, será posible trabajar con la crítica a fin de reforzar una “marca” social de grupos y sus integrantes.

Es una labor que implica diversas vertientes de desarrollo y perfil *sui generis* cultural. La adopción de viejas pautas culturales por los jóvenes de hoy prueba que el aprendizaje por identificación es la experiencia social más importante.

El ser humano, afirman los psicólogos de la comunicación, interioriza principalmente autoridades. En los grupos donde se desenvuelven las personas casi siempre hay alguien identificado como autoridad, ya sea moral, intelectual, estética, etc. Y es en la comunicación intermedia donde la imitación conduce a la identificación, a una interiorización de modelos. No modelos como meros ideales (tal como acontece en

la comunicación masiva) sino en figuras que serán la plataforma para reforzar la posición del *superyo** interiorizando perfiles culturales de "autoridades sociales".

La importancia de esto consiste en que el *superyo*, materializado en la integración grupal, conformará el presupuesto de cambios deseables en el orden existente.

¿De qué hablo? De la posibilidad de enfrentarse a la "autoridad", de diagnosticarla, examinarla dialécticamente. Queda claro que en la comunicación virtual masiva esto es imposible, en cambio en la intermedia el *superyo* no va a depender de la dirección desde afuera (tecnologizada) sino vendrá del interior del grupo; habrá un buen estímulo para echar a andar la capacidad crítica de la persona.

Los mensajes masivos son, de hecho, inaccesibles a la reflexión, al pensar crítico. Mi intención, por tanto, es revalorar a la comunicación intermedia como un vehículo para hacer que la penosa masificación no sea concebida como la única "verdad" comunicativa de nuestro tiempo; que la otra comunicación que me ocupa en este texto es la que resiste a la globalización cultural mediática al ser muestra de resistencia y relativismo cultural. Su mérito es soportar el riesgo del respeto a la cultura no mediática, aun cuando ésta sea estigmatizada como minorías, folclorismo, diversidad, obsolescencia, etc.

* El *superyo*, en la teoría freudiana, es una instancia del aparato psíquico que se constituye en el deber ser. Son los principios éticos y axiológicos, producto del proceso de socialización del individuo. El *superyo* convierte a la persona en un ser social, influenciado por las costumbres, reglas de convivencia, prácticas culturales adquiridas en una vida. Vid Freud Sigmund (1856-1939). *El yo y el ello*, Madrid, Alianza, 1983, 224 pp.

En la tendencia a la permanencia (culturalmente hablando) se entrelazan el *yo*^{*} y el *superyo*. El intercambio social realizado en la comunicación intermedia no tiene una única dirección, pero aquí afirmo que es mejor encontrar otras vías y no aceptar fatalmente la única de la cultura de masas.

La estructura comunicacional de la sociedad actual tiende a reforzar la personalidad narcisista y no a estimular aquélla capaz de conocimiento, atenta para reconocer el "peligro", fuera de la mismidad y grupalidad.

Difícilmente puede dudarse que la organización de la sociedad estimula más las satisfacciones narcisistas que las altruistas. Uno de los atributos de la comunicación intermedia es fortalecer el ideal de la comunicación empática. Así, el ascenso en los niveles de identificación de los individuos dentro de un grupo no deforma el conocimiento de la realidad, al contrario, fomenta la crítica más cercana a la conciencia. En correspondencia con esto, esa figura omnipresente de la comunicación masiva, según el discurso canónico sobre los flujos culturales transnacionales, se puede radiografiar si se parte de experiencias de comunicación reales en el espacio y tiempo de la comunicación intermedia. Tenemos el caso de la comunicación intrafamiliar donde el *superyo* impuesto en la infancia está sometido a revisiones en la vida posterior, en correspondencia con el crecimiento de la capacidad crítica. Ya es un lugar común decir que en la comunicación masiva no hay estímulos para acrecentar la capacidad crítica

* El yo según S. Freud, coordina funciones psíquicas e impulsos internos. Actúa como mediador entre la persona y la realidad externa.

de los receptores. Es en esa comunicación donde los espectadores son tratados como seres ingenuos. Por eso la comunicación masiva conlleva un totalitarismo comunicativo.

En una visión psicológica, la necesidad de ritualización es la puya que conduce o incita a volver cada vez más sólidos los usos sociales (que son, no hay que olvidarlo, la sustancia cultural de la comunicación entre grupos).

Las ritualizaciones sustituyen el comportamiento pulsional. Crean el equilibrio de la sociedad. El ritual social-cultural tiene un poder estabilizador de cohesión grupal que –idealmente– puede generar movilidad política en el arte, en la visión estética; elementos que en el plano masivo quedan inmóviles. Se asfixia el yo en la masa.

El retorno al ritual es una vía para preservar el equilibrio, para conservar el yo y su necesidad de integrarse en un grupo y ser reconocido. Se amplía, pues, la capacidad de empatía entre el individuo y los “iguales”. En palabras coloquiales: el individuo se acomoda en la sociedad tomando como extensión al grupo o grupos de pertenencia.

Es claro que el no conformismo parte de los acuerdos de grupos donde la comunicación es viva y real. Esto ya no es privilegio de la vieja aristocracia feudal ni de la burguesía. Se observa en nuestros días el derecho de decidir en beneficio individual y grupal, por lo menos en cuestiones relacionadas con estabilidad laboral, salud, prácticas culturales varias, etc. Es una pulsión en busca de placer, no del displacer

prevaleciente en la comunicación masiva donde se refuerzan las inercias individuales de baja autoestima.

Una gran ventaja de la persona identificada con un grupo (de las características que sea) es que es más fácil cubrir la necesidad de identificación de una manera real y no ideal, como es el caso a través de la comunicación telemediada. Repito, esta comunicación es inaccesible a la reflexión, al pensar crítico. El yo individual diagnostica de manera crítica el comportamiento asegurado por el grupo, por la comunicación intermedia dada en él. Esto trae como consecuencia un fortalecimiento de la resistencia.* Se identifica el fenómeno en acciones para hacer respetar el multiculturalismo en algunos países.

En la sociedad de consumo, los grupos de poder utilizan este ultimo para aumentar la dependencia de las personas con respecto a los bienes de consumo; y en la política, para persuadir a fin de que se acepten ideologías que llegan al receptor a través de mensajes manipulados. En los grupos, por el contrario, la comunicación intermedia propicia una apropiación de la realidad que materializa segmentos de ésta de tal manera que la toma de decisiones para reivindicar derechos humanos, en toda su amplia gama, tengan mayor rango de efectividad.

La comunicación, dentro de la cotidianidad, comprende estilos de vida y patrones que perfilan diferentes etapas históricas; también, las acciones siempre flexibles entre individuo y grupos que interactúan en un devenir temporal.

* Vid *El relativismo cultural* en Capítulo II.

"Baste señalar por el momento que la tendencia ha consistido en teorizar sobre la vida cotidiana en el marco exclusivo de la modernidad y capitalismo y en utilizar estas demarcaciones sociales como telón de fondo o marco de comparación para ver formas de gestión de la vida diaria en los llamados tiempos pasados o bien en configuraciones sociales y culturales diversas".³³

En la cita anterior subyace un elemento consustancial de la cotidianidad: la reproducción social. Así la vida cotidiana tiene como eje rector el desarrollo de las sociedades. En la idea de Pierre Bourdieu, "la reproducción social es la perspectiva englobadora de las dinámicas cotidianas, en la medida de que expresa el despliegue de ellas en las grandes estructuras e instituciones. Así como la manera en que cada estado de una estructura dada, a la vez de ser el producto de las luchas anteriores para transformar o conservar la estructura, será el principio de las transformaciones ulteriores, a través de las contradicciones, las tensiones, las relaciones de fuerza que la constituyen".³⁴

La relación entre vida cotidiana y reproducción social se encuentra en que el hombre y la mujer siempre han buscado satisfacer sus necesidades y encontrar los mecanismos viables para cumplir fines. Entender esto nos lleva a detectar ligas entre el espacio macro de la vida social y el micro de la cotidianidad; es decir, de la vida en grupos y de su permanente accionar comunicativo.

³³ León, Emma. *Usos y discursos teóricos sobre la vida cotidiana*, México, Anthropos Editorial y UNAM, 1999, p. 27.

³⁴ Bourdieu, Pierre en León, Emma. *ibid*, p.29.

Hugo Zemelman afirma, al respecto: "En realidad, en el sistema de necesidades se encuentra el fundamento mismo de la dinámica económica y social en que se apoya la conciencia social de los hombres".³⁵

¿Qué entender por sistema de necesidades? Una diversidad de diferentes significados y de relaciones que requiere el ser humano y que carece la persona por estar (las necesidades) fuera del sistema social, a nivel del sistema. Lo anterior, en la vida cotidiana se refleja en las condiciones que los individuos y sus grupos de pertenencia requieren para tener buena o mejor calidad de vida. Es obvio que la calidad de vida tiene como plataforma el esquema clásico de las coordenadas bio-psico-sociales del ser humano.

Las necesidades de comer, vestirse, vivienda, etc., están directamente unidas con los usos sociales que les dan contexto y significado: la cultura en su expresión más sustancial. Es, de hecho, una transmutación de la esfera natural-biológica a la social-cultural: una inercia dirigida a la supervivencia. Es decir, de experiencias de reproducción social.

Emma León condensa el fenómeno con las siguientes palabras: "Nos atrevemos a afirmar que la consideración instrumental de la cotidianidad arranca de una manera de concebir las relaciones entre sistemas de necesidades, división de espacios sociales y dinámica societal amplia. Esto se traduce en el propio estatuto analítico que se le

³⁵ Zemelman, Hugo. *De la historia a la política. La experiencia de América Latina*, citado por León, Emma, *ibidem*, p. 30.

imprime a la vida cotidiana dentro del cuerpo social, así como también al lugar y papel de los individuos en ella".³⁶

Pensar sobre comunicación intermedia y cotidianidad, teniendo como eje rector el contexto de su correlación, es observar el hecho de la "mundialización cultural" como un fenómeno más complejo que su visión mediática de la sociedad, donde se evade el reduccionismo de que la cultura, en la sociedad contemporánea, se reduce a un seguimiento de marcas, a un conjunto de informaciones difundidas a nivel mundial, a servidores informáticos transfronterizos. No, comunicación intermedia y vida cotidiana es una especie de traslado de la globalización informativa a una interiorización de usos y prácticas culturales que les afecte a las personas en cuanto a su derecho de expresarse con giros idiomáticos propios a su necesidad de beneficiarse con servicios públicos locales, a relacionarse con los iguales en condiciones de empatía ideológica y discursiva, tendiente a reforzar una identidad regional y local con fuerte carga simbólica, pero también con un compromiso de resistencia hacia la estandarización cultural. Los rezagados, los estigmatizados, los excluidos saben de la importancia de la comunicación real no mediática para expresar su diferencia y diversidad. Basta recordar las revueltas en París y sus suburbios en el último trimestre del 2005, la resistencia civil en San Salvador Atenco, Estado de México, las movilizaciones de la APPO en Oaxaca, las diversas agrupaciones por la no violencia en México, la lucha del Sindicato Mexicano de Electricistas, la movilización ciudadana que condujo a un cambio político en Egipto, etc.

³⁶ León. Emma. *op. cit.*, p. 32.

¿Por qué estas experiencias se inscriben en lo que en este ensayo se ha establecido como comunicación intermedia?

Los fenómenos mencionados, desde mi perspectiva, reúnen la médula de lo que se ha expuesto como comunicación intermedia al ser, primero, experiencias de comunicación plenamente humana donde no están las tecnologías entre los protagonistas. Son el resultado de una conciencia cívica, ideológica y política. No son una coincidencia aleatoria sino evidencias de un devenir histórico que envuelve el pasado, el presente y futuro que vendrá en un acontecer que invoca otra realidad compleja, resultado de una dinámica sincrético cultural.

Los movimientos aludidos están ligados entre sí porque las personas activistas conforman grupos de pertenencia e identidad (otra característica de la comunicación intermedia) e implican una plena identificación entre sus integrantes al comunicarse con lenguajes (no sólo verbales) de tal manera que cualquiera de sus miembros codifica y decodifica los mensajes del grupo en una coincidencia comunicativa maravillosa.

Confluyen en una valoración de lo que importa ser grupos libres al pensar la noción de progreso a través de descubrimientos comunicativos: marchas, mítines, plantones, huelgas de hambre, con la esperanza (y seguridad a mediano plazo) de que sus demandas serán reivindicadas porque su espacio de comunicación no es sólo personal, ni masivo sino intermedio ya que se encuentra a la mitad de las otras grandes categorías de la comunicación al aglutinarse como grupos de pertenencia no cooptados por el poder político imperante.

La comunicación de los activistas se descubre en que propician la reflexión sobre las anheladas demandas. Por supuesto, este elemento al que llamo reflexión encontrará un significado (en el sentido más clásico de la comunicación) en los receptores afines, ideológicamente hablando.

Lo anterior me impulsa a enfatizar una vez más que una característica primaria de la comunicación intermedia es que permite el intercambio de roles entre los emisores y receptores. Este hecho no se cumple en la comunicación masiva al tener una sola direccionalidad en su proceder. Es suficiente con observar cómo se práctica la comunicación, por ejemplo, entre los habitantes de San Salvador Atenco. Ahí no ha habido un solo emisor y una masa informe de receptores. Ellos asumen ambos roles porque han racionalizado que la praxis es vital en su movimiento, praxis entendida como una organización comunicacional convertida en acciones conscientes y nítidas porque al ser grupos con intereses comunes el plan operativo de su praxis confluye (o confluirá) en beneficio del grupo. Esta condición de la comunicación intermedia es la que la aleja categóricamente de la comunicación masiva. Además, como grupos reflejan un proceso histórico, son una ilustración del relativismo cultural y sincretismo de comunicación humana. En tanto fenómeno sincrético, las experiencias de comunicación intermedia antes mencionadas no son una masa monstruosa de mensajes, sino una evidencia de nuevos fenómenos plenos de simbolismos, con una apropiación *sui generis* de lógica comunicacional.

La comunicación intermedia entre grupos y al interior de ellos refleja ahora formas de reunión que de alguna manera amenazan al sistema y que para los grupos

de poder son sinónimos de "*regresiones culturales*". Considero que no es así. La comunicación intermedia tiene un devenir rico en lecciones culturales. Espero que este ensayo contribuya a ampliar el espectro categorial de la comunicación, de tal manera que sea un llamado de atención para reducir la psicosis de que la comunicación masiva es la única. Esta postura convencionalista no entiende que la comunicación grupal o intermedia tiene como origen la sociedad humana, que el carácter verdaderamente comunicativo de los individuos se desprende de su esencia social, lo cual la convierte más racional.

CONCLUSIONES

Abordar la forma como mira una sociedad es identificar la matriz cultural que la conforma y le confiere significado.

La cultura se asocia con la vida cotidiana. Ninguna sociedad se compone con seres abstractos. Las sociedades tienen específicas organizaciones y relaciones internas. Se habla del hombre-masa y a veces el sujeto lo hace apartándose de esta realidad sin tomar en cuenta que él y el grupo social al que pertenece son elementos constitutivos para la observación del fenómeno. Con frecuencia se toma distancia y con esto se corre el riesgo de sobrenadar la superficie de la cultura en la vida cotidiana; tomar la "envoltura" como si fuera lo definitivo; quedarse sólo con los indicadores y no buscar la médula.

Desde la ciencia de la comunicación, la cultura en la cotidianidad es un problema grupal. Es un asunto de relaciones sociales. Es un mosaico de experiencias, encuentros, expectativas, rechazos, logros, fracasos, etc. En esta compleja realidad la comunicación masiva y sus mensajes son menos que la realidad.

La conciencia no se fabrica desde los medios, se entreteje desde el interior de las sociedades. Es la consecuencia de una dinámica protagonizada por el ser humano.

Cuando las condiciones económicas y políticas son irresolubles y la sociedad entra en crisis, no hay mensaje masivo que solucione el conflicto. Las propuestas surgen de los grupos, de la micro sociedad y confrontan e impugnan el discurso, dominante. Frente a la retórica oportunista emergen tácticas y mensajes producto de la necesidad del momento.

La vida cotidiana entonces se recompone, remueve, pero se restablece de otra manera. Los cambios sociales vienen desde abajo no desde la cúpula. La comunicación no depende de los medios. Se da real y no virtualmente entre hombres y mujeres. Implícitamente estoy hablando de la comunicación intermedia.

La masa, por antonomasia, no actúa, recibe mensajes a través de los medios y es hipnotizada. El grupo; ONGs, sindicatos activistas, artistas liberales, colegios académicos, grupos culturales de vanguardia, etc., representan el futuro cultural no globalizado y evidencian que la influencia mediática típica en sentido único no es consustancial a la comunicación flexible y dinámica grupal, porque ésta asienta que la noción dominante de sociabilidad sigue siendo la directa de la comunicación intermedia, plenamente humana.

Ante la añeja paradoja de lo absoluto y lo escéptico, el conocimiento en occidente se ha enfrentado con problemas omnipresentes de la condición humana: particular/universal; cuerpo/mente; vida/muerte; verdad/falsedad; naturaleza/sociedad. Estos dualismos pueden ser diseccionados priorizando el significado de la evolución en

relación directa con la realidad, para entenderla a través de estructuras y lenguajes de todo tipo a fin de ubicarlas en un marco de transformación histórica.

En la llamada globalización en América Latina, persisten altos índices de miseria y millones de personas son excluidas de estándares de bienestar. Se viven formas de integración simbólica y a la vez hay evidencias de desintegración social junto a prácticas de "éxtasis" comunicacional. Se extiende el diálogo virtual ante la interlocución presencial.

La cultura se arraiga en un individuo, pero también se desplaza al ámbito de las relaciones sociales y grupales. Esta dualidad, ser individual y grupal, la hace una realidad simbólica, casi como una representación de la realidad material; pero al ser simbólica es intersubjetiva, lo cual le da una condición que la libera del aparente fatalismo de la globalización, a pesar del despotismo del Estado.

La comunicación intermedia ha de ubicarse como aquella que ha podido sortear algunas embestidas globalizadoras gracias al elemento de pertenencia que caracteriza a los miembros de este tipo de comunicación, ya que su esencia es ser grupal y responde a una concepción de comunidad y saber popular como estructuras de constitución.

La comunicación intermedia es un asunto de relaciones sociales. Es un mosaico de experiencias, encuentros, expectativas. Frente a la retórica oportunista emergen

tácticas y mensajes producto de la necesidad del momento. La comunicación en el nivel intermedio es real y no virtual.

Con el advenimiento de la era tecnológica se reforzó un sistema socio-económico categorial ausente en las épocas primitivas de la humanidad. Y es en este estadio en el que hoy vivimos que se corre el riesgo de involucionar cultural y comunicativamente gracias a los nuevos instrumentos, considerados por algunos como prolongaciones y extensiones del hombre. El peligro permanece cuando estos instrumentos (medios) escinden las posibilidades de una comunicación plenamente humana y real, a favor de una virtual. Esto podría denominarse como una fetichización de los medios donde se pierda una intencionalidad racional de su uso.

La comunicación intermedia permite el conocimiento de los otros, de los nosotros, de los grupos. Un grupo (el número de individuos es un dato insustancial) es, desde la perspectiva comunicativa, un sistema de representaciones sociales y psicológicas de grupalidad donde se manifiestan formas culturales con carga simbólica frente a situaciones de convivencia.

El clima grupal propicio para experimentar la comunicación variará dependiendo del interés de los individuos por interactuar de la exteriorización de propuestas concretas relacionadas con actividades, la empatía entre sus miembros, donde la coincidencia emocional, el lenguaje usado y en general los marcos de referencia coincidentes repercutirán en las características de la comunicación intermedia del grupo.

Así, pues, la comunicación intermedia es expresión cultural que refleja las contradicciones y desigualdades de nuestra sociedad en un fenómeno sincrético que se presenta como una intersección de diversas temporalidades históricas. En este sentido, es posible hablar de una comunicación híbrida, al ser eco diferido de características de lo conocido como eurocentrismo pero también conservando pautas de expresión propias en el lenguaje, las artes, los eventos socio-religiosos, etc. En este final es pertinente mencionar al relativismo cultural, concepto que alude que la cultura y por supuesto las experiencias de comunicación no se manifiestan de la misma manera al interior de una sociedad y de los grupos que la construyen, ya que los fenómenos culturales son en esencia la no uniformidad de la realidad social y la necesidad de apreciar la racionalidad del otro, porque la comunicación intermedia se aplica a una relación social: la de un individuo en relación con otro. Esta interacción ilustra una dinámica comunicacional en donde los individuos y los grupos interpretan sus comportamientos recíprocamente. De esta manera, los mensajes son la clave de las interacciones comunicativas y adaptaciones recíprocas: emisor-receptor/receptor-emisor en el ansiado diálogo, esencia de la comunicación intermedia.

FUENTES DE CONSULTA

Bibliográficas:

Adorno, Theodor. *Crítica cultural y sociedad*, Barcelona, Arul, 1973, 230 pp.

Aguaded Gómez, José Ignacio. *Nuevos escenarios en los contextos educativos. La sociedad postmoderna, del consumo y la comunicación*, Universidad de Huelva, 2004.

Balle Francis. *Comunicación y sociedad. Evolución y análisis comparativo de los medios*, Bogotá, Tercer Mundo Editores, 1991, 514 pp.

Baudrillard, Jean. *El sistema de los objetos*, México, Siglo XXI, 1981, 229 pp.

Baudrillard, Jean. *La sociedad del consumo*, Barcelona, Plaza y Janés, 1970, 318 pp.

Berlo, David K. *El proceso de la comunicación*, Buenos Aires, El Ateneo, 2002, 286 pp.

Bourdieu, Pierre. *La distinción, criterios y bases sociales del gusto*, Madrid, Taurus, 1988, 597 pp.

Bourdieu, P. et. al., *La reproducción*, Barcelona, Laia, 1982, 187 pp.

Boudon, R. *Education opportunity and sociality inequality*, New York, John Wiley, 1984, 220 pp.

Casasús, José María. *Ideología y análisis de medios de comunicación*, Barcelona, Dopesa, 1982, 184 pp.

Castells, Manuel. *El poder de la identidad*, Madrid, Alianza, 1998, 392 pp.

Castells Manuel. *Paraísos comunales: identidad y sentido en la sociedad red, en La era de la información: Economía, sociedad y cultura. Vol. 2*, Madrid, Alianza.

- Castilla del Pino, Carlos. *La incomunicación*, Barcelona, Península, 1977, 153 pp.
- Cazanueve, Jean. *La sociedad de la ubicuidad*, Barcelona, Gustavo Gili, 1978, 295 pp.
- Certau, Michel de. *La invención de lo cotidiano*, México, Universidad Iberoamericana, 2007.
- Critchley, Simon y Marchart, Oliver (compiladores). *Laclau. Aproximaciones críticas a su obra*, Buenos Aires, Argentina, FCE, 2008, 443 pp.
- Danziger, Kurt. *La comunicación interpersonal*, México, El Manual Moderno, 1982, 255 pp.
- Dascal, Marcelo. *La ecología del espacio cultural en Relativismo cultural y filosofía*, México, UNAM, 1992.
- Dascal, Marcelo (compilador). *Relativismo cultural y filosofía*, México, UNAM.
- Debray, Régis. *Vida y muerte de la imagen, Historia de la mirada en Occidente*, Barcelona, Paidós, 1994.
- De Fleur, Melvin. *Las teorías de la comunicación masiva*, Buenos Aires, Paidós, 1986, 172 pp.
- Dillon, J. T. *Educación personal*, Buenos Aires, Guadalupe, 1983, 189 pp.
- Drucher, Peter. *La sociedad postcapitalista*, Bogotá, Norma, 1994.
- Eco Umberto. *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Lumen, 1977.
- Elvin, H. L. *La educación y la sociedad contemporánea*, Barcelona, Labor, 1983, 207 pp.
- Enzensberger, H. M. *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*, Barcelona, Anagrama, 1972, 74 pp.
- Flin, L. et. al., *The changing school science; challenge to psychology*, New York, John Wiley, 1984, 314 pp.

Guinsberg Enrique. *Los estudios e investigaciones en comunicación en nuestros tiempos neoliberales y posmodernos*. Anuario de Investigación de la Comunicación, VIII.

Homans, G.C. *The human group*, New York, Harcourt, World and Brace Inc, 1950; y Poole, M. S. and Hirokawa, R, *Communication and group decision making: a critical assesement*, USA, Beverly Hills, Ca: Sage.

Kymlika,Will. *Ciudadanía multicultural, una teoría liberal de los derechos de las minorías*, Buenos Aires, Paidós, 1996, 267 pp.

Lasswell, Harold. *Estructura y función de la comunicación en la sociedad, Sociología de la comunicación de masas*, tomo II, Barcelona, Gustavo Gili, 1985.

Lefebvre, Henri. *La vida cotidiana en el mundo moderno*, Madrid, Alianza Editorial, 1972.

León, Emma. *Usos y discursos teóricos sobre la vida cotidiana*, México, Anthropos Editorial y UNAM, 1999.

Levinas, Emmanuel. *Totalidad e infinito*, Salamanca, Sígueme, 1977, 315 pp.

Luhmann, Niklas. *Sistemas sociales, lineamientos para una teoría general*, México, Alianza Editorial, 1991.

Luhmann, Niklas. *La sociedad compleja*, México, FLACSO, 1997.

Lull, James. *Supercultura para la era de la comunicación en Media, communication, culture: a global approach*, Cambridge, UK, Polits Press, 2000. Lyotard, F. *La condición postmoderna*, Madrid, Cátedra, 1998, 125 pp.

Lyotard, Jean Francois. *La condición postmoderna*, Madrid, Cátedra, 2004, 119 pp.

Marx, Carlos y Engels, Federico. *Obras escogidas en dos tomos*, Moscú, Editorial Progreso, 1955, tomo I 662 pp., tomo II 541 pp.

- Mattelart, Armand. *La mundialización de la comunicación*, Barcelona, 1998.
- Metz, Christian. *El significante imaginario*, Barcelona, Paidós, 2001.
- Munévar Gonzalo. "Evolución y verdad desnuda", en *Relativismo cultural y filosofía*, México, UNAM.
- Muñoz, Blanca. *Teoría de la pseudocultura. Estudios de la cultura y de la comunicación de masas*, Madrid, Fundamentos, 1995.
- Olivé, León. *Interculturalismo y justicia social*, México, UNAM, 2004.
- Olivé, León. *Multiculturalismo y pluralismo*, México, Paidós, 2003, 252 pp.
- Ortega y Gasset, José. *El hombre y la gente*, tomos I y II, Madrid, Alianza, 1996, 186 y 212 pp.
- Paéz, Laura (editora) *La Escuela de Frankfurt*, México, UNAM, Acatlán, 2005, 532 pp.
- Parsons, Talcott. *El sistema social*, Madrid, Alianza, 1999, 536 pp.
- Reyna Ruiz, Margarita. *Modernidad, globalización y la emergencia de la comunicación en Anuario de la Investigación de la Comunicación, CONEICC, VII.*
- Rizo García, Marta. *Comunicología, psicología social y sociología fenomenológica. Exploraciones teóricas para la conceptualización de la interacción y la comunicación*, Anuario de Investigación, CONEICC, 2005.
- Salcedo Aquino, José Alejandro. *Multiculturalismo. Orientaciones filosóficas para una argumentación pluralista*, México, UNAM-Acatlán, Plaza y Valdés, 2001, 178 pp.
- Sáez, Hugo Enrique. "En torno al concepto de cultura" en *Globalización, educación y cultura: un reto para América Latina*, México, UAM-Xochimilco, 1992.
- Sarles, Harvey B. *Relativismo cultural y naturalismo crítico en Relativismo, cultura y filosofía*, México, UNAM.

- Schramm, Wilbur. (Compilador). *La ciencia de la comunicación humana*, México, Roble, 1974, 159 pp.
- Schramm, Wilbur. *Comunicación de masas en nuevas dimensiones en la psicología y la comunicación*, Quito, CIESPAL, 1964, 487 pp.
- Serrano, Manuel Martín. *Teoría de la comunicación*, México, UNAM, 1991.
- Shutz, Alfred y Luckman Thomas. *Las estructuras del mundo de la vida*, Buenos Aires, Amorrortu, 1977.
- Taylor, Charles. *El multiculturalismo y la política del reconocimiento*, México, FCE, 1993, 145 pp.
- Vasconcelos, José. *La raza cósmica*, en *Obras Completas*, tomo II, México, Libreros Mexicanos, 1958, p. 38.
- Villoro, L. *Filosofía moral, educación e historia*, México, UNAM, 1996. 151 pp.
- Vizer E. *La trama (in) visible de la vida social. Comunicación, sentido y realidad*, Buenos Aires, La Crujía, 2003.
- Wimmer, Roger y Domenich, Joseph. *Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación*, México, Thomson Editores, 2005, 500 pp.
- Wolf, Mauro. *La investigación de la comunicación de masas; crítica y perspectivas*, México, Paidós, 2002, 318 pp.
- Zeitlin, Druing. *Rethinking sociology*, New York, Appleton Century Crofts, 1983, 263 pp.
- Zemelman, Hugo, et. al "La cultura y el poder ", en *América Latina, hoy*, México, Siglo XXI Editores, 2002, 312 pp.

Hemerográficas:

Abella Vázquez, Carlos. "Globalización y Multiculturalismo: ¿son posibles las democracias multiculturales en la era del globalismo?" *Revista Scripta Nova*, vol. VII, no 135, Universidad de Coruña, febrero de 2003.

Bonfil, Guillermo, "La querrela por la cultura", *Nexos*, núm. 100, abril de 1986, en.

Bueno, Gustavo. "Etnocentrismo, relativismo y pluralismo cultural", *Revista La Insignia*, España, julio, 2002.

Cobo, Rosa. "Multiculturalismo, democracia paritaria y participación política", Universidad de Coruña, *Revista Política y Sociedad*, Madrid, No. 32, 1999.

Dimeo, Carlos. *Fetichismo de la mercancía y productos culturales*, Universidad Central de Venezuela, Revista Matriz, 2004.

Fuentes, Raúl, *La comunicación educativa audiovisual. Un marco teórico para el empleo de medios audiovisuales en la educación superior, en la comunicación educativa*, México, COSNET, 1985, pp. 76-78.

Guanche, Jesús. *Avatares de la transculturación orticiana*, Antología AfroCuba, Cuba, p.1-5.

Lechner, Norbert. "Un desencanto llamado postmodernidad en Punto de Vista", No. 33, sep-dic, 1988.

Lull, James. "Help". *Cultura e identidad en el siglo XXI, en Diálogos de la comunicación*, No. 48, Lima, Felacs, octubre, 1997.

Mattelart, Armand. "Los nuevos escenarios de la comunicación internacional" en *Revista Mexicana de la Comunicación*, México, 1995, No.. 40.

Noboa, Alejandro. *Comunicación y Democracia*, Razón y palabra, Revista en América Latina Especializada en Comunicación, No. 12, año 3, octubre 1998-enero 1999.

Pescador, J. A. *Teoría del capital humano: exposición y crítica, sociología de la educación: corrientes contemporáneas*, México, CCE, 1981, pp. 161-174.

Podetti, Ramiro. *Mestizaje y transculturación: la propuesta latinoamericana de globalización*, Uruguay, Universidad de Montevideo, marzo de 2004.

Ribeiro Lins, Gustavo. *Antropología* (Nueva Época), México, octubre-diciembre, 1999.

Schiller, H. *¿A quién pertenece el poder de los medios? Una concepción cambiante en Comunicación y sociedad*, Guadalajara, U de G, 1992, Nos. 14-15.

Villoro, Luis, "¿Crisis del Estado-nación mexicano?", *Dialéctica*, México, Nueva Época, 1995, año 18, No. 17.

Coordinación de Certificación y Registro

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada Humano me es ajeno



"KADMIEL"

CENTRO DE COPIADO

TESIS URGENTES

IMPRESIONES - INTERNET - PLOTEO - ENGARGOLADOS

citlerjc_tesis@hotmail.com

TEL:59-14-12-39

HDA. DE LAS ANIMAS No. 11 COL. IMPULSORA
NEZAHUALCOYOTL EDO. DE MEX