

## Ficha de cátedra Taller de Introducción a la Comunicación Social

### Comunicación y Cultura

Lic. Rodrigo Aramendi

Hacia fines de la década de 1970 y los primeros años de la de 1980 una corriente de pensamiento originaria de América Latina producida por intelectuales e investigadores de las ciencias sociales y la comunicación generaron un replanteo trascendental en torno a la comunicación por fuera de los medios.

Hasta ese entonces, el estudio de la comunicación centraba la atención en el Emisor, entendiendo al proceso comunicacional en forma lineal en base a tres eslabones centrales: emisor, mensaje y receptor. Estos análisis hacían foco en las dos primeras partes y entendían al receptor como pasivo, alienado, como un "recipiente vacío que tiene que ser llenado de contenido".

La hipótesis predominante apuntaba a que el público/consumidor pasivo respondía directamente a los estímulos del mensaje producido por el emisor. Y que el diseño de un mensaje influía directamente en las acciones y respuestas de los receptores. Por lo tanto, el objetivo de los estudios de la comunicación apuntaba a perfeccionar la producción del mensaje y a tornar más eficiente las técnicas y tecnologías por las que esos mensajes circulaban.

Desde este enfoque, los medios masivos de comunicación parecían la mejor herramienta disponible: un sistema integrador de públicos; multitudes consumiendo el mismo mensaje, al mismo tiempo; mensajes codificados para transmitir una idea para todas las personas que lo consumieran. Se hablaba de "sociedad de masas" para expresar esa homogeneidad teórica de los diferentes integrantes del cuerpo social.

Los medios de comunicación masivos eran pensados como meros instrumentos transmisores de un mensaje que llegaba sin la intervención de quienes lo recibían. En ese sentido, Jesús Martín Barbero, uno de los principales exponentes de la nueva corriente señalaba: "se tradujo en una concepción instrumentalista de los medios de comunicación, concepción que privó a estos de espesor cultural y materialidad institucional convirtiéndolos en meras herramientas de acción ideológica" (Barbero, 1991, P 221).

Pensar a la comunicación en esta clave lineal era resultado de un contexto muy concreto, ya que detrás de toda teoría de comunicación hay una forma de comprender el **poder** y pensar al emisor-mensaje-receptor respondía a una concepción del poder como dominación: quien domina sería el emisor, mientras que el dominado es el receptor que recibe sin ningún tipo de intervención de su parte.

Tiempos de auge y crecimiento del proyecto del consumo a gran escala: la publicidad para la venta a gran escala de productos; de las campañas de occidentalización de todos los países; la Industria Cultural al servicio de un proyecto totalizante en pos de un modelo cultural capitalista.

## Los estudios culturales

Entonces, será la década del '80 cuando se profundizan y articulan a escala regional miradas que pondrán en crisis esta conceptualización y comenzará un proceso de institucionalización del campo de la comunicación en las ciencias sociales.

Como todo cambio de paradigma, las transformaciones en las perspectivas de estudio no se dan de un día y para siempre y encuentran su razón de ser en las condiciones socio-históricas que les dan lugar. En palabras de Florencia Saintout, hay un desplazamiento “de los medios o los instrumentos a la cultura, que permite a la comunicación “salirse” de la pregunta por lo que había sido su objeto prioritario, los medios masivos con sus efectos, para concentrarse en los modos de darle sentido a la vida de los actores sociales” (Saintout, 2011, P 146).

Si había un destinatario pasivo y homogéneo, ¿por qué había resistencias políticas al proyecto globalizador? ¿Por qué un mismo mensaje producía reacciones diferentes en las personas?

Dado que las condiciones histórico-político-sociales son determinantes en la producción del pensamiento y la ciencia, es importante tener en cuenta el contexto histórico en el que surgen los Estudios Culturales. Se produce en el marco de lo que se conoció como la crisis de la modernidad o de las ciencias sociales, en donde América Latina se encontraba en un momento de transición a la democracia luego de haber sufrido las dictaduras más crueles de la historia, al tiempo que prevalecía la despolitización, los Estados debilitados y el auge del mercado como ordenador de lo colectivo.

Es en este momento donde emergen estas investigaciones y estudios que dan cuenta de los modos de vida de las sociedades latinoamericanas, profundizando en las problemáticas de las culturas populares ante el avance del neoliberalismo.

Las preguntas entonces se desplazan de los medios hacia el estudio de la cultura, de la interpretación y de las resistencias. Las investigaciones comienzan a profundizar sobre la problemática comunicación/cultura haciendo eje en la recepción y la significación. Poniendo a los medios como actores políticos que responden a intereses de sus dueños y no como meras herramientas técnicas de difusión de mensajes. El estudio de la comunicación teniendo en cuenta todas aquellas características que intervienen en el acto de producir sentido: el contexto, los modos de estar, vivir, sentir y relacionarse, las condiciones materiales, la ideología, el género, la edad, la clase, cuestiones étnicas y la historia de los sujetos dentro de sus sociedades.

En este sentido, se piensa a la comunicación como un **proceso** en el cual se produce una interacción simbólica que encuentra su justificación en cada entorno político y cultural. “Fue así como la comunicación se nos tornó cuestión de mediaciones más que de medios, cuestión de cultura y, por tanto, no sólo de conocimientos sino de re-conocimiento. Un reconocimiento que fue, de entrada, operación de desplazamiento metodológico para re-ver el proceso entero de la comunicación desde su otro lado, el de la recepción, el de las

resistencias que ahí tienen su lugar, el de la apropiación desde los usos” (Barbero, 1991, P 10). Es así como nos propone pensar de los medios a las mediaciones.

Al respecto, Saintout sostiene que “la mirada que liga a los estudios culturales con el campo de la comunicación en América latina, habilita una nueva forma de abordar la comunicación que efectúa los siguientes movimientos: a- De la comunicación como asunto de instrumentos a la comunicación como cuestión de cultura, de luchas por la nominalización del sentido legítimo del mundo, como asunto de percepciones y sensibilidades. b- De la comunicación como asunto de poder a la comunicación como puesta en común, de la dominación como imposición a la dominación como proceso de comunicación. c- De la comunicación como problema exclusivamente de reproducción, de aparatos y estructuras, a la comunicación como cuestión también de producción y subjetividades” (Saintout, 2011, P 146).

En esta concepción, el Emisor y el Receptor son comprendidos en términos de figuras y se cuestiona la creencia de la recepción pasiva, entendiéndose al consumo como un acto de producción. Hablamos entonces de un esquema en donde se establece un ida y vuelta, interrelación, diálogo y resignificación a partir de la intervención del receptor. Los medios de comunicación ya no son pensados como meros instrumentos sino como actores sociales productores de sentido.

Por eso decimos que la comunicación es la construcción social de sentido, porque se articula con la cultura y la sociedad en los procesos sociohistóricos de significados. Es por ello que Barbero nos invita a explicar los procesos de comunicación desde los problemas que los engendran y los cargan de sentido, porque “algo radicalmente distinto se produce cuando lo cultural señala la percepción de dimensiones inéditas del conflicto social, la formación de nuevos sujetos —regionales, religiosos, sexuales, generacionales— y formas nuevas de rebeldía y resistencia. Reconceptualización de la cultura que nos enfrenta a la existencia de esa otra experiencia cultural que es la popular, en su existencia múltiple y activa no sólo en su memoria del pasado, sino en su conflictividad y creatividad actual. Pensar los procesos de comunicación desde ahí, desde la cultura, significa dejar de pensarlos desde las disciplinas y desde los medios. Significa romper con la seguridad que proporcionaba la reducción de la problemática de comunicación a la de las tecnologías (Barbero, 1991, p 221).

### **La producción de la realidad**

Los Estudios Culturales proponen pensar a la comunicación dentro de una lucha por la nominación del sentido del mundo: por ponerle el nombre a las cosas y a los procesos. Ya no hablamos entonces de reproducción sino de interrelación y diálogo y es acá donde se resignifica la realidad.

Los sentidos operan tanto a nivel de las representaciones como de las prácticas sociales, es decir sobre lo que pensamos y lo que hacemos. Nuestras formas de mirar, pensar, estar y actuar en el mundo estarán entonces necesariamente atravesadas por los significados que se construyen social y colectivamente y por la apropiación individual dentro de un contexto social y cultural determinado. La comunicación, entonces, no puede ser pensada por fuera de la cultura, ya que forma parte constructiva de la vida en sociedad a través del diálogo y la

convivencia entre los diferentes actores sociales. Desde esta concepción sabemos que ambas estarán necesariamente imbricadas. En este sentido, fue Héctor Schmucler quien introdujo el concepto de comunicación/cultura con la unión a partir de una barra que no separa sino que conecta a una y otra.

El autor alude que “un proyecto de comunicación/cultura no podría continuar sin asumir esta lacerante conciencia. Para empezar, deberíamos establecer, conceptualmente, una barra entre los dos términos (comunicación, cultura) que ahora articulan y destacan sus diferencias con una cópula. La barra (comunicación/cultura) genera una fusión tensa entre elementos distintos de un mismo campo semántico. El cambio entre la cópula y la barra no es insignificante. La cópula, al imponer la relación, afirma la lejanía. La barra acepta la distinción, pero anuncia la imposibilidad de un tratamiento por separado” (Schmucler, 1984, P 7).

En el proceso de comunicación interviene el lenguaje y son las palabras las que nombran al mundo y al hacerlo, lo construyen. Es decir que a través de ellos vemos, pensamos y construimos la realidad. La realidad no es per sé, la percibimos e interpretamos desde nuestros marcos sociales y culturales, desde el contexto de época, desde nuestro lugar en el mundo.

Las sociedades construyen los relatos que dan sentido a la realidad que producen. Tanto ellas como la cultura deben su existencia a la comunicación porque es a través de las relaciones humanas y la interacción que se organiza la experiencia. En este proceso de construcción de la realidad, hay diferentes relatos que de alguna manera legitiman ciertas visiones del mundo o cuentan con el dominio de la palabra.

En este proceso de legitimación de los discursos y prácticas cotidianas, los medios de comunicación son actores sociales, productores políticos y protagonistas en la construcción de la realidad. Pero a su vez también existen otros relatos, que son las voces de resistencias, las historias mínimas de transformación y reivindicación que ponen en crisis aquellos legítimos y dominantes. Son las voces de esos/as otros/as que se levantan y se organizan colectivamente formando parte de la contra-hegemonía.

Estas historias dan cuenta de modos de vida cotidiana, de formas de sentir, de puntos de vista comunes y nos representan como sociedad. Estos relatos colectivos se construyen desde una posición determinada, nombran e identifican porque es desde ese lugar que conocen y organizan la experiencia. Así es como se construyen los acontecimientos culturales y políticos de un determinado lugar y momento y se ejerce el poder. Es el caso de movimientos sociales, experiencias de comunicación popular, colectivos que reivindican derechos e intereses de género, étnicos, etc., que ponen en crisis los acuerdos que circulan con mayor fuerza en el pensamiento históricamente construidos y producen capital cultural.

Es entonces, en la dimensión discursiva donde se lucha por la hegemonía de los sentidos de la realidad, un proceso de construcción social y colectiva por el poder de legitimar “las visiones y las divisiones del mundo” (Saintout, 2011, P 147).

### Referencias Bibliográficas

Barbero, Jesús Martín. (1991). De los Medios a las Mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. México.

Saintout, Florencia. (2011) Los estudios culturales y la comunicación: un mapa desplazado.

Schmucler, Héctor (1984). Un proyecto de comunicación/cultura. México.