

Posibilidades del folklore ante la tecnocultura

CELSO LOUREIRO LAMAS

TECNOCULTURA Y ANTROPOLOGIA

En los campos de la «Antropología y Comunicación» y de la Teoría y Etnografía de la Comunicación, existe una reconocida e ineludible conexión epistemológica entre teoría, metodología, técnicas de registro, reproducción y transmisión socio-cultural y prácticas sociales concretas de comunicación... Ampliando estas vinculaciones, pretendo señalar y enfatizar las posibilidades e imposibilidades de desarrollo de lo «folklórico-nacional» ante la tecnocultura y cultura de masas, subrayando las implicaciones de los nuevos medios de registro-representación audiovisuales en la investigación sociocultural antropológica respecto a las vinculaciones y relaciones interculturales, así como las aportaciones de las producciones y documentación étnico-social-folklóricas para la autopresentación y reproducción social de los grupos étnicos (con nuevos medios y recursos para delimitar la pertenencia-diferenciación) y para el enriquecimiento cultural a través del diálogo y contactos interétnicos y conocimiento del otro (en su asociación o no a procesos de divulgación y difusión científica del discurso de la disciplina antropológica).

Esta intención inicial se basaría en el principio de que las diferentes prácticas comunicativas, interpersonales y sociales, y de los usos que cada grupo social hace de la comunicación, son los que median las relaciones de los hombres con el mundo y de los hombres entre sí, estructurando el conocimiento y definición de las «realidades». Indagar e interpretar las relaciones sociales que se comparten en el ámbito étnico-cultural, que son proporcionadas por el repertorio massmediático audiovisual, supone atender a las posibilidades de diálogo cultural y aculturativas a través de la cultura massmediática y de espacios expresivos-expansivos para las minorías étnicas y para los repertorios y mimes (items culturales) «folklóricos».

Consideraré la cultura tradicional, identificándome con Luigi Maria Lombardi Satriani: Apropiación y destrucción de la cultura de las clases subalternas (México. Nueva Imagen. 1978) como una subcultura relativamente autónoma y contestataria respecto a la cultura oficial que expresa una resistencia y una especificidad cultural dentro de la conflictividad clasista. Identificaré igualmente lo folklórico con cultura popular, en el sentido expresado por M. Dolores Juliano Corregido: Cultura Popular (Barcelona. Anthropos, 1986): como las maneras de pensar, sentir y actuar de las clases dominadas que contienen, explícita o implícitamente, consciente o inconscientemente, reivindicaciones e incitaciones a la lucha social y que intenta ser uniformada, desvalorizada o redefinida según los intereses de la cultura oficial y de masas.

El surgimiento del concepto de tecnocultura, desarrollado para designar la función culturalmente formadora de la tecnología contemporánea, está llegando a supeditar multitud de concepciones y de creatividades artísticas y culturales, quedando en duda el que su orientación sea genialmente liberadora y que proporcione un nuevo fondo o contenido sensible. En todo caso, afecta al funcionamiento y desarro-



Celso Loureiro Lamas.

llo de los marcos de referencia-identificación de distintos ámbitos socioculturales y a sus confrontaciones, en las cuales se evidencian las distintas posibilidades de autodesarrollo o colonialismo en función del poder relativo de los sistemas sociales en pugna.

La innovación de las tecnologías comunicativas se presenta como uno de los factores que afectan al potencial creativo-expansivo de los universos culturales, al intervenir tanto en la modificación de las representaciones culturales como en el cambio de su uso social. La redefinición del significado y funciones de la cultura pondría en discusión «(...) si el uso social de la cultura y su evaluación debería basarse en las estructuras antropológicas o en las estructuras tecnológicas. Fundar la interpretación de la cultura en la antropología significa remitir las prácticas de producción cultural y de enculturización a las necesidades cognitivas y comunicativas de los agentes sociales. Fundar la interpretación de la cultura en las capacidades de las tecnologías y de las organizaciones que distribuyen los productos comunicativos, significa remitir esas mismas prácticas a las necesidades del sistema de producción» (Manuel MARTÍN SERRANO: «El estructuralismo antropológico y el mito de la postmodernidad» en *Los Cuadernos del Norte*. Año VI. 1985, n.º 29, p. 4-10, p. 4).

La comunicación, a pesar de estos dilemas en su instrumentalización, como componente esencial de todos los modos de vida y culturas, desempeña el papel de vector fundamental para su desarrollo y moviliza y supone una gran cantidad de posibilidades positivas: los medios de comunicación se convierten en instrumentos culturales para promover o influir en actitudes y modelos de comportamiento, para estimular, para provocar la integración social, para la aplicación de políticas culturales, para la ampliación del desarrollo cognitivo, la organización de la memoria y para el acopio, tratamiento y utilización de la información científica y el patrimonio cultural y, como no, para la creación y asignación de significados y atributos sociales étnicos.

La movilización y generación de dichos contenidos plantea la necesidad de

determinar las estrategias para su viabilidad y para que puedan vehicular y fomentar los intercambios entre culturas y su crecimiento enriquecedor y pluralista; para que se produzcan hibridaciones y mestizajes originales basados en lo más profundo y rico de cada cultura.

Uno de los campos más determinantes para ese enriquecimiento es el del consumo cultural social. En la determinación y predominio del consumo cultural social de la cultura de la imagen, de la iconosfera-mediasfera, la función central del ocio potenciará grandemente y otorgará un lugar central en la vida económica a las industrias culturales y a las empresas del sector del ocio. Este protagonismo puede derivar un ocio embrutecedor o un adiestramiento cultural que prepare para enfrentarse creativamente con las nuevas formas de cultura contemporánea, capacitando, conjuntamente con el sistema educativo formal, no-formal e informal, para ejercer una verdadera democracia comunicativa en lo audiovisual. «En la concepción hegeliano-marxista, el trabajo desempeñaba una función central en la explicación de la aparición del hombre como ser social, así como en la génesis de su conciencia, su ideología y su lenguaje. A finales de nuestro siglo, en la sociedad postindustrial habría que invertir el esquema para situar al ocio como marco central en la génesis de la conciencia humana. De tal modo que para la vida económica y para la dinámica política de la sociedad informatizada está siendo más relevante el tiempo de ocio que el de la ocupación laboral, fenómeno que jamás había ocurrido antes. Como contrapartida perversa, las industrias culturales serán el instrumento privilegiado de la ingeniería social, lo que obligará a los poderes públicos a replicar con adecuadas políticas de ocio, estrategias orientadas a proporcionar el máximo bienestar, a estimular y facilitar la creatividad, y a suministrar una amplia oferta cultural a los ciudadanos en este importante segmento de la vida cotidiana, a la vez que les protegen tanto de una manipulación unilateral como de una concepción puramente mercantilizada de la cultura. Pues la cultura no puede ser una mercancía gobernada únicamente por las leyes económicas del mercado, ni tampoco una emanación burocrática de los poderes del Estado» (GUBERN: «El desafío sociocultural de la información» en Telos, n. 5, p. 47-52, p. 48).

Según Román Gubern, de todo ello se derivaría «(...) la urgente necesidad de articular políticas nacionales, a cargo de los poderes públicos, para hacer frente al reto planteado por la expansión de las nuevas tecnologías de comunicación y de información, corrigiendo sus posibles disfunciones sociales. Estimamos que una política cultural nacional democrática y avanzada, en la era electrónica e informática, debería tener en cuenta en nuestro país, por lo menos, los siguientes aspectos (R. GUBERN, *op. cit.*, p. 52):

1. La noción de ocio creativo y desalienador, como opuesto al ocio consumista, pasivizado o embrutecedor.
2. El continuado incremento del tiempo libre producido por la progresiva reducción de la jornada laboral, por la jubilación anticipada y por el paro forzoso.
3. La distribución equitativa de los bienes y servicios culturales.
4. La producción cultural no gobernada únicamente por las leyes económicas del mercado, ni tampoco como emanación burocrática de los poderes del Estado.
5. El estímulo de la producción cultural en las clases populares.
6. La garantía de acceso a los medios públicos de las minorías organizadas.
7. El creciente protagonismo económico de las industrias culturales debido a la expansión del tiempo de ocio.
8. Los peligros derivados de las concentraciones monopolísticas u oligopolísticas en los medios de comunicación, tanto las de carácter nacional como transnacional y transmediático.
9. La defensa de la identidad cultural nacional frente al neoimperialismo en el

ecosistema comunicativo mundial, tanto en el campo del hardware como del software.

10. La defensa de las industrias culturales autóctonas, sin perder de vista nuestra integración en la cultura universal.

11. La necesidad de coordinación de las políticas de los responsables de las telecomunicaciones y de la cultura.

12. La necesidad de fomento o desarrollo por parte del Estado de canales de comunicación de uso social y con tarifas módicas.

13. El creciente protagonismo de los medios audiovisuales y electrónicos, en detrimento de formas culturales tradicionales que deben ser protegidas.

14. Los eventuales inconvenientes derivados del privilegio que las nuevas tecnologías de comunicación otorgan a la fruición cultural privada y domiciliaria, en detrimento de la efectuada en espacios comunitarios.

15. La protección jurídica eficaz a los derechos a la intimidad, al honor y a la propia imagen en los nuevos medios informáticos y comunicativos, así como a los derechos de autor.

16. Los desequilibrios culturales territoriales: regiones ricas-regiones pobres; ciudad-campo; centro-periferia urbana.

17. La especificidad del mercado cultural infantil, del adolescente y del de la tercera edad.

18. La necesidad de enseñanza escolar y universitaria de las nuevas técnicas y lenguajes de la comunicación social contemporánea.

19. La pluralidad cultural del Estado de las autonomías.

20. Las relaciones culturales privilegiadas con América Latina.

21. La integración de España a los circuitos y estructuras comunicativas supranacionales de Europa Occidental.

Este campo de inmensas posibilidades cuenta también con procesos que hacen relativamente inviable su ejecución o implantación progresiva a favor de la identidad cultural: uniformización, patriotismo, apropiación o destrucción del folklore, xenofobia y prejuicios raciales, totalitarismos, centralización de poder en manos de intereses comerciales y burocráticos, empobrecimiento por neocolonialismos de diverso orden..., todo lo cual supone serias resistencias para la promoción del acceso, la participación, la descentralización y la gestión abierta..., para que los medios de comunicación social puedan aportar contenidos aclaratorios sobre la legitimidad y el necesario respeto a otros universos y lógicas culturales y para el establecimiento de una moral activa y responsable preservadora de los derechos humanos.

CULTURA DE MASAS Y RELACIONES ETNICAS

En esta pugna por dar a conocer y apreciar la cultura de los otros se han dado esfuerzos por extirpar los arquetipos, estereotipos y sesgos etnocéntrico, eurocéntrico, antropocéntrico y androcéntrico a través de la generación de una nueva semiótica autocrítica para las producciones y mercado audiovisual, dados los fenómenos de «tribu televisiva» y la «telerealidad» (Luis PANCORBO: *La tribu televisiva. Análisis del documentaje etnográfico*. Madrid, Instituto Oficial de Radio y Televisión, 1986).

La precariedad y escaso potencial transformador de estas pretensiones unilaterales se puede evidenciar si operamos con la diferenciación y vinculaciones entre Cultura Oficial - Cultura de Masa - Cultura Popular (M. Dolores JULIANO, *op. cit.*). En este esquema-propuesta se pueden situar los contenidos difundidos a través de los medios de comunicación social como pertenecientes al ámbito de la cultura de masas y, por lo tanto, como medio-estrategia de manipulación de los dominados que

produce, distribuye y asigna gran parte del «retrato social» o de las imágenes y estereotipos con los que se opera al nivel de las relaciones interétnicas y de apreciación del otro.

Consecuentemente, los ámbitos informativos que manejan los integrantes de una subcultura étnica (información sobre la propia sociedad e información sobre el medio) se ven atrofiados o anulados. «Los mecanismos de control de la información refuerzan la asimetría de las posiciones de los distintos sectores culturales, dentro del sistema global, y la legitiman. Los sectores sin poder se ven a sí mismos como carentes de 'saber' en todos los ámbitos y, por consiguiente, interiorizan la posición desfavorable que ocupan en la estructura social como consecuencia de sus propias limitaciones. Lo que es, en realidad, un resultado de la asimetría de poder, queda validado como un efecto de los déficits de los discriminados» (M. Dolores JULIANO, *op. cit.*, p. 34).

Esta reducción y empobrecimiento impuesto desde la estructura de dominación se ha definido también como la **CASTRACION INTEGRADORA DEL CAPITALISMO PERSUASIVO**: el predominio de la preocupación por los vehículos e instrumentos de comunicación que por el sentido histórico de su utilización e instrumentalización para la dominación; el aplauso ingenuo al nuevo modelo sociopolítico del estado telemático; la omnipotencia de los media para comunicar, la opulencia comunicacional cuantitativa en contraste con la incomunicación social y la miseria comunicacional cualitativa impuesta a los colonizados y dominados; la manipulación e instrumentalización del público ejercida a través de la persuasión disfrazada de servicio público, neutralizadora, paralizante y acrítica que incita al auto-desconocimiento y al desconocimiento del otro gracias a la función coaligada de los medios para mistificar los mecanismos de conocimiento de la realidad: como un proceso y un orden que amplía el mundo perceptible y encoge el mundo pensante (Manuel VÁZQUEZ MONTALBÁN: *La palabra libre en la ciudad libre*. Barcelona, Gedisa, 1979, p. 29-46).

El reforzamiento de la estratificación social del gusto y la consolidación de las barreras económicas culturales, junto con la selectividad, control o censura sobre el acervo de programas y servicios disponibles, el enclaustramiento doméstico y aislamiento interpersonal, el desigual reparto social de los equipamientos y servicios, la destrucción de la cohesión social del imaginario colectivo compartido por efecto de la fragmentación debida a la autoprogramación muy selectiva y a la dependencia económica e ideológica de los grandes imperios tecnológicos..., son, con otros fenómenos de jerarquización e indefensión de las multinacionales de la información, de las industrias culturales o del entretenimiento. Estas circunstancias conllevan el abandono del trabajo intelectual crítico, del debate pluralista y la comercialización interesada de la cultura, que se convierte así en negocio en vez de en patrimonio social enriquecedor y emancipador, el sometimiento a imperiosas obligaciones consumistas, sociales o culturales que aniquilan la disponibilidad del tiempo libre, colonizado por las estrategias de las industrias culturales y de los comerciantes del ocio social.

La necesidad de una política global que vincule la alternativa de la comunicación a la producción de nuevas relaciones sociales chocará necesariamente con la fuerte implantación de ideologías que justifican y otorgan racionalidad a las concentraciones de poder y que subrayan el papel de los administradores-distribuidores, la acumulación y distribución de los recursos informativos y la adjudicación a los sectores de tecnología más elevada y productiva para el Estado, frente a las ideologías que proponen una igualdad de acceso-disfrute o de libre disposición del potencial comunicacional.

La repercusión «tranquilizadora-atontadora» de la «teología unificadora de la imagen» suma sus efectos a las políticas de comunicación que dejan muy poco margen a los fondos culturales étnicos y populares y se fundamentan en la violencia simbólica que refuerza el verticalismo de la estratificación social y del sistema de valores:

«Si definimos la información como una comunicación que disminuye el desconocimiento mediante símbolos reductibles, resulta que toda política es, en cierto grado, política de información. Las medidas políticas son siempre procesos informativos porque manipulan comunicaciones a fin de aumentar o reducir el conocimiento conforme a estrategias y tácticas de la violencia simbólica. Presuponiendo cualquier acceso a los medios, hay que tomar en consideración, al menos, cinco políticas de información:

- La información tiene una difusión amplia a fin de propagar el conocimiento.
- La información se retiene para mantener la ignorancia.
- La información se reparte para reprimir otras informaciones.
- La información se canaliza para conseguir solamente la identificación de un grupo determinado de receptores con un («su») emisor.
- La información es desplazada por comunicaciones que no eliminan la ignorancia porque estas comunicaciones no pueden reducirse. O no concuerdan en absoluto con las capacidades y posibilidades de los receptores por no afectar a su espacio y representaciones comunicativas.

El análisis de la comunicación política también significa siempre análisis de la violencia simbólica (...). Las prácticas rutinarias de las prácticas informativas dice algo de la jerarquía de valores del orden básico y de sus intérpretes» (Harry PROSS: *La violencia de los símbolos sociales*. Barcelona. Anthropos, 1983, p. 136-137).

Estas fuertes limitaciones en que pueden situar las políticas de información a las minorías y elementos de la cultura popular también pueden verse ampliadas por otras realidades y tendencias del orden comunicación actual:

- La eficacia del control massmediático para inculcar un falso margen de libertad consumista alienante, asociada a la función ideológica de la llamada «nivelación de las distinciones de clase» (Herbert MARCUSE, *El hombre unidimensional*).

– La existencia de grandes formas de poder que desean la homogeneidad, una sociedad cerrada y la consolidación de las estructuras de equilibrio que, aunque suscitan la resistencia de elementos residuales, no dejan de presentar como dominantes los espejismos culturales de la tecnicidad y las lógicas productivistas, economicistas, militaristas y tecnocráticas, las cuales se sobrepone a lo cotidiano sin posibilitar que se instaure un sistema de prioridades humanístico atento al microcosmos y a su viabilidad ecológica. La ideología racionalista-tecnicista encubre los mecanismos de poder político-económico que impiden una realización técnica ajustada al hombre, aperturista e inmediata a lo cotidiano. El terrorismo se ejerce, o es, la persuasión-coerción establecida por medio de la retórica y las amenazas de la propaganda, siendo difundido a través de la omnipresencia de lo visible-imágenes y de textos-escritos, atrofiando, negando o imposibilitando el potencial de la oralidad y del diálogo social. Los diversos grupos sociales ponen en circulación mensajes para la comunicación, para la propaganda y para la inclusión o exclusión en función de su potencial de poder relativo (Henri LEFEBURE: *Hacia el cibernántropo. Una crítica a la tecnocracia*).

La extensión de la problemática comunicacional llega a alcanzar a las relaciones entre cultura popular oral, gestual y gráfica / cultura de masas de la imagen y a la dinámica entre la cultura letrada / cultura iletrada y a las nuevas situaciones de «analfabetismo»: predominaría la cultura letrada, que reproduce la lógica del valor y del lucro, sobre la iletrada. Un predominio que se nutre básicamente del estereotipo reductivo de la realidad multiforme y anulador del aperturismo mental, promotor de la apatía frente a los valores sociales solidarios... consiguiendo una evasión descomprometida, como principal actitud inculcada a través de los medios de masas (Vicente ROMANO: «Estereotipos y magia en la comunicación», en los *Cuadernos del Norte*, año VI, n. 29, 1985, p. 44-46).

Ante el extenso repertorio de dificultades es evidente la necesidad de viabilizar los modos populares de comunicación..., lo popular y étnico-marginal como un

ámbito productor de culturas en el que se ha de contar con la trama histórica, los mestizajes, las complicidades y contradicciones inherentes..., pues forman parte de las luchas por el discurso que articula el sentido de una sociedad. La existencia de lo indígena, de lo popular-urbano y de la marginalidad étnica y del folklore nos obliga a poner el acento en la espesa trama de la hegemonía/subalternidad en el entrelazamiento de resistencias y sumisiones, de impugnaciones y complicidades que delimitan el actual panorama de las posibilidades comunicativas en el marco de las relaciones sociales y étnicas.

TRANSNACIONALIZACION-DESNACIONALIZACION CULTURAL Y ETNICIDAD

El sistema comunicacional operante llega a afectar ineludiblemente al tema de la definición de los grupos étnicos o de la identidad básica (los que asocian o no la identidad-distinción al territorio y a la delimitación del espacio-frontera). El orden comunicacional vigente, y los fenómenos que lo perturban y desestabilizan, alteran los límites tradicionales de la distinción étnica en base a la inviolabilidad de un territorio estatal-nacional o étnico.

La comunicación transnacionalizada y transnacionalizadora obliga a redefinir la cuestión étnico-nacional, pues «(...) no se trata sólo de hacer frente a la homogeneización descarada que viene de lo transnacional, sino de aquella otra, enmascarada, que viene de lo nacional en su negación, deformación y desactivación de la heterogeneidad cultural de que están hechas las naciones» (J. MARTÍN BARBERO: «La comunicación desde la cultura», en *Los Cuadernos del Norte*, Año VI, n. 29, 1985, p. 39-43, p. 40).

Los nuevos medios pueden propiciar un ámbito de identificación que no es sólo evocación de una memoria común, sino producción de una experiencia de encuentro y solidaridad, mostrándose como recursos para apropiarse y conservar los símbolos de su identidad y como elemento desestabilizador de pretensiones totalitaristas.

Estas tentativas ponen en crisis las representaciones de las relaciones entre las culturas, así como los privilegios adquiridos y los hábitos creados por los aparatos de producción cultural inscritos en las fronteras y en la racionalidad de los Estados-Naciones, la lógica comercial del mercado global y la configuración individualista de la cultura moderna..., todo ello dentro de la problemática de las consecuencias del juego recíproco de las culturas y de las circunstancias de los procesos aculturativos de préstamos e interacción cultural.

En esta problemática existe una ambivalencia en la reivindicación de la cultura nacional respecto a la amplitud y flexibilidad de los referentes culturales (Josep M. COLOMER: *Contra los nacionalismos*. Barcelona. Anagrama, 1984):

– El proyecto de construir una cultura nacional supone un motor de despliegue de nuevas energías creativas y de renovación de gustos e ideas con un deseo de modernización..., que puede evitar los peligros de uniformización y colonialismo cultural.

– La pretensión de instalarse en un microcosmos autosuficiente lleva al aislamiento exterior, a una acentuación del atraso respecto a culturas más dinámicas e innovadoras, a atribuir un valor añadido a productos culturales mediocres, al abandono de sectores o elementos culturales que no prestigien o reafirmen la cultura oficial conmemorativista, a la marginación de nuevas tendencias y experimentos y a denunciar el cosmopolitismo.

Esta última concepción de la cultura nacional se resistiría a reconocer que el contacto cultural aculturativo (bilateral), la participación en las redes de comunicación de ámbito transnacional, y la participación de los individuos en distintos agrupamientos sociales y culturales... conduce inevitablemente a la sustitución de elementos culturales que hacen difícil definir la cultura actual de un pueblo como una cultura nacional. Se estaría produciendo un proceso de «desnacionalización cultural».

La mentalidad nacionalista referida a una identidad diferencial definida en términos esencialistas que determina la existencia, y se erige como reflejo único de la totalidad de una nación (afirmada por contraposición a otra identidad), resulta hoy difícilmente sostenible ante la creciente complejidad interior (la étnica normalmente discriminada) y la interdependencia de las sociedades (en un esquema de asimetría geopolítica y socio-económica).

La afirmación de la identidad propia opuesta a la de los foráneos se manifiesta en las actitudes ante los emigrantes: segregación, asimilación, pluralismo separado y fusión. Cada una de estas vías supone, de mayor a menor grado, una subordinación cultural, una inferioridad en la participación y competencia política y un sometimiento al discurso integrador de los intereses nacionales. Ante estos peligros, tal como señala Colomer, debería determinarse una política orientada hacia la creación de condiciones igualitarias para la libre expresión de la diversidad socio-cultural y promover un mayor pluralismo vitalizador-dinamizador cultural contra el empobrecimiento que supone toda uniformización.

Coincidiendo con estas últimas proposiciones, se han iniciado una serie de preocupaciones y atenciones hacia la vida cultural de los inmigrantes en la cultura urbana y en la vida cultural urbana, ya que ha venido sufriendo exclusiones-negaciones. Sus condiciones de vida y sus posibilidades expresivas-formativas en el campo de los bienes y servicios culturales y ámbitos de comunicación massmediática se están considerando dentro de la problemática de acogida de una cultura en otra cultura, de las posibilidades de un aprendizaje compartido y mutuo, de los obstáculos y resistencias que encuentran para su reproducción cultural y la evitación del desarraigo.

Los intentos de suscitar y proponer las líneas directrices de una política de desarrollo cultural en beneficio de una sociedad pluricultural espera una evolución de las actitudes sociales que ayude a desarrollar una política cultural explícita.

La ausencia de una política cultural tendente a la creación de una sociedad pluricultural se considera, conjuntamente con otros factores (ausencia de comprensión y de acción de las instancias políticas y públicas; falta de información sobre los inmigrantes; actitudes xenófobas; el paro; precarias condiciones de alojamiento y aislamiento residencial; indefensión socioeconómica y jurídica,...) propiciadora de individuos inaccionarios y poco participativos, de situaciones de marginación y automarginación que alejan a las comunidades inmigrantes del esfuerzo común de configurar y construir una sociedad pluriétnica aperturista y enriquecedora.

Las propuestas que señalan y apuestan por la tendencia a la convergencia cultural universal (que debería dejar atrás el etnocentrismo y el relativismo que imposibilitan la crítica y la elección «racional» de lo universalizable), y que cuenta como factor determinante y se justifica por las posibilidades de los medios de transporte y comunicación para generar una mayor uniformidad cultural y un mayor pluralismo y variedad cultural (aumento de la entropía de la distribución cultural)..., aunque señalan y sancionan negativamente como resistencias a este proceso a las culturas de los estados-nación, siguen participando de la prepotencia de suponer una igualdad de oportunidades y de potencial comunicacionales como punto de partida para cualquier foco cultural.

Sin embargo, los efectos de la concentración transnacional sobre los sectores culturales nacionales, junto otros fenómenos que afectan a las industrias culturales, van a determinar la matriz cultural de nuestras sociedades. La necesidad de una política cultural adecuada que los estudie y tome en consideración para encauzarlos, limitar o eliminar sus efectos indeseados y ejercer un mecenazgo o liderazgo que aliente una cultura socializada, participativa, creativa y descentralizada requerirá una reelaboración de lo étnico-nacional y una reestructuración de las medidas de difusión de lo folklórico. En este sentido, el desarrollo de diferentes regulaciones sobre las obligaciones de carácter cultural de los servicios nacionales de TV en Europa, en formas de principios básicos, normas generales y «cahiers de charges», y las diversas

categorías de «cultura» con las que operan y recrean su universo cultural... se orientan hacia una concepción «patrimonialista» o «enciclopédica», «exótico-idealista de lo auténtico» o arcaizante. Véase el cuadro siguiente, extraído de: Carmen FUENTE COBO: «Las obligaciones culturales de los servicios nacionales de televisión» en *Telos*, n. 18, 1989, p. 34-41, p. 41).

Estas formulaciones coinciden con otras que apoyan la «autosuficiencia funcio-

OBLIGACIONES CULTURALES DE LOS SERVICIOS NACIONALES DE TELEVISION EN EUROPA

Obligaciones en materia de contenidos de la programación.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Obligación de contribuir al desarrollo cultural de los ciudadanos. 2. Obligación de reflejar el pluralismo cultural de la nación. 3. Obligación de ofrecer un servicio de calidad. 4. Obligación de ofrecer un servicio completo. 5. Obligación de ofrecer una programación variada y equilibrada. 6. Obligación de ofrecer programación de contenido cultural. 7. Obligación de ofrecer un servicio complementario/alternativo de los otros servicios existentes.
Obligaciones relativas a la identidad y los valores culturales de la nación.	<ol style="list-style-type: none"> 8. Obligación de contribuir a la promoción y enriquecimiento del patrimonio cultural nacional mediante la producción y difusión de obras de origen nacional. 9. Obligación de promover la unidad y entendimiento nacionales. 10. Obligación de promover un uso correcto de la/s lengua/s nacional/es. 11. Obligación de promover la cultura nacional en el extranjero y entre la población nacional residente en el extranjero. 12. Obligación de contribuir al desarrollo y promoción del patrimonio común entre comunidades culturales y lingüísticas multinacionales.
Obligaciones relativas a la identidad y los valores culturales europeos.	<ol style="list-style-type: none"> 13. Obligación de reflejar la diversidad europea. 14. Obligación de contribuir a la promoción y enriquecimiento del patrimonio cultural europeo mediante la producción y difusión de obras de origen europeo. 15. Obligación de contribuir a la paz y entendimiento internacionales.
Obligaciones relativas al pluralismo cultural regional y lingüístico.	<ol style="list-style-type: none"> 16. Obligación de reflejar la diversidad regional de la nación. 17. Obligación de difundir servicios en las diferentes lenguas nacionales. 18. Obligación de contribuir a la expresión de la diversidad cultural regional mediante la descentralización de la producción. 19. Obligación de servir a los intereses locales.

nal de las culturas» (las que cuentan con los instrumentos de creación, difusión y consumo de la cultura) como base para optar después a los préstamos culturales enriquecedores, a los cuales los medios formativo-informativos deben aportar el enseñar, evidenciar y facilitar la pluralidad de las culturas (para tener conciencia de esa diversidad y evitar su reducción al hecho lingüístico) así como mantener y apoyar la continuidad del conocimiento mutuo para fomentar la comprensión de la historia de la pluralidad cultural como hecho imprescindible para una convivencia en pluralidad... En todo caso, todas ellas siguen estando bloqueadas y siendo inasumibles para el orden socio-económico y comunicacional imperante y con ello deja a la responsabilidad social de las ciencias humanas un innegable campo de trabajo para la génesis de documentación socio-cultural audiovisual que apoye lo mejor de las proposiciones de los discursos «programáticos» citados.

DOCUMENTACION SOCIOCULTURAL AUDIOVISUAL, DIVULGACION CIENTIFICA Y DEFENSA COMUNICACIONAL

Estas nuevas técnicas pueden suponer una nueva actitud transgresora y reelaborada del discurso científico antropológico tradicional, tanto por lo que sugieren como por lo que movilizan, pudiendo abrir nuevos caminos, posibilidades y riesgos innovadores que, aún contando con el peligro de que generaran sus propias «atrofias intelectuales» y modas redundantes, efímeras y saturantes..., su asociación a los procesos tecnológicos y sus aplicaciones comunicativas, así como a la constante necesidad de comunicación creciente ciencia-antropología-sociedad..., no dejarán demasiado margen para su estancamiento.

La percepción de la rentabilidad social de la disciplina y el interés económico y social de la investigación en ciencias humanas pueden colaborar en producir esos cambios de mentalidad en los responsables de la programación y producción de investigaciones humanísticas que permita crear aplicaciones y servicios derivados de las transformaciones que las nuevas tecnologías de la información y de las industrias culturales imponen a la cultura actual.

El protagonismo científico y cultural del discurso antropológico se presenta dependiente de que la comunidad científica y personas implicadas e implicables, asuman formas de organización del trabajo investigador compaginables con el establecimiento de diversas racionalidades en la gestión y desarrollo de la investigación: prioridades, planificación, evaluación de rendimientos, verificación..., y que sean compatibles con la dinámica cultural predominante» «(...) el fenómeno más significativo de la cultura actual no es ya la separación o las dificultades de la integración de las dos culturas: humanística y científica, sino la aparición y el predominio de una tercera cultura, que (...) es al mismo tiempo una cultura científica y humanística (...) la cultura de la información, la comunicación y del conocimiento. Una cultura en la que se incorporan elementos científico-positivos, humanísticos, técnicos, económicos, sociales, productivos, etc., en una configuración completamente inédita (...) en la que la investigación humanística (...) debería imbuirse de esta nueva cultura y reorientarse en función de ella» (Miguel A. QUINTANILLA: «El interés económico y social de la investigación en ciencias humanas», en *Arbor*, n. 487, 1986. p. 51-62, p. 54-55).

El significado culturalmente innovador de la nueva revolución tecnológica es el hecho de que manipulan entidades culturales (contenidos de información, ideas, imágenes, sonidos significativos, planes, datos, programas lógicos) y que no sólo constituyen tecnologías de la comunicación, para la transmisión de la información, su procesamiento, elaboración y configuración, así como su centralidad y papel inevitable en multitud de transformaciones sociales, y «(...) en todos estos fenómenos juegan un papel fundamental las ideas, las creaciones artísticas, los lenguajes, la información, las imágenes, el mundo del sentido, de la significación, en suma, de lo que todavía

seguimos llamando la cultura humanística (...) es precisamente desde esta perspectiva, en la que los contenidos de las viejas humanidades aparecen en el centro de las transformaciones sociales y culturales que se están produciendo ante nuestros ojos, desde donde hay que enfocar el tema del interés económico y social de las ciencias humanas» (Miguel a. QUINTANILLA, *op. cit.*, 58).

Formando parte de la inserción ciencia antropológica-ciencias humanas-interés económico y social, también habría que profundizar en el estudio de los procesos de difusión cultural vinculados al surgimiento, crecimiento y expansión de paradigmas científicos, mediante teorías específicas sintonizadas con la idiosincracia de cada ciencia y que tenga en cuenta y delimite la naturaleza de los factores en juego, tanto en la comunidad científica como en su circulación a través de otros universos sub-culturales en los que predominan diversos factores científicos y extracientíficos y diversas características socio-estructurales y científicas que delimitan el éxito o fracaso relativo de la adopción de ideas, y que intentan identificar los vehículos y las barreras a la difusión de las tareas científicas en situaciones socio-culturales específicas, contando con la ideología social y valores culturales y con la permeabilidad nacionalista a lo ajeno-extranjero como un factor determinante, incluso en la transnacionalización del orden comunicativo actual.

Partiendo de estos reconocimientos generales, pero sin llegar a compartir ciertos optimismos cientificistas sobre la capacidad del discurso científico para operar conjuntamente con el potencial comunicativo del sistema y organización tecnocultural actual, tales como:

«(...) bastaría con que los mass media, que son los modos en que la autoconciencia de la sociedad se transmite a todos sus miembros, no se dejasen ya condicionar por ideologías, intereses particulares, etc., y se convirtiesen, de alguna manera, en «órgano» de las ciencias sociales, se supeditasen a la medida crítica de su conocimiento riguroso, difundiendo una imagen «científica» de la sociedad, precisamente ésa que las ciencias humanas están ya en condiciones de construir» (Gianni VATTIMO: «Hermenéutica, ciencias humanas y sociedad de la comunicación» en *Revista de Occidente*, n. 74-75, 1987, p. 176-190, p. 185-186).

..., y contando también con las incitaciones e invitaciones metodológicas que han reelaborado el uso de técnicas de investigación orientadas a captar y posibilitar que las culturas subalternas o marginales puedan enunciarse y anunciarse...

«(...) el interés por las fuentes orales puede dar oportunidad para completar la información sobre las clases y los grupos que tradicionalmente han dispuesto de posibilidades de darse a conocer a partir de los documentos, o pueden utilizarse para incluir en la historia, a través de sus propias elaboraciones o reivindicaciones, a los grupos sin voz. Esta última posibilidad, si bien es atractiva, implica una reelaboración de los criterios de validación de los informes, e incluso un esfuerzo sistemático por obtener datos de áreas y conductas que no se han constituido todavía como propuestas alternativas de las existentes, ni aún para sus propios actores. Es posible, incluso, que a partir de su recopilación por un investigador, ciertos temas «negados» puedan ser reelaborados por los mismos emisores. Es decir, que la atención que los científicos sociales prestan a segmentos desvalorizados del pensamiento sirva para mejorar la imagen que de estos segmentos tienen los informantes» (M. Dolores JULIANO, *op. cit.*, p. 57).

... es como pueden comprenderse e iniciarse la elaboración de sugerencias metodológicas para la utilización de técnicas de registro audiovisuales en el trabajo de campo y entrevista cualitativa en profundidad, y cómo su utilización debe animarnos a ofrecer y abrir oportunidades comunicativas a los diversos universos culturales.

La repercusión que tienen las elaboraciones de las imágenes de los otros, para fundamentar un respeto y comprensión mutuas en contra de los sentimientos y prácticas etnocéntricas, racistas o xenófobas, ya ha sido asumido por el Programa de Investigación del Consejo de Europa (División de l'Enseignement Supérieur et de la

Recherche) para 1988-90: L'Image des autres et les relations internationales. Este taller europeo tiene como objetivos:

- Crear una corriente de investigación entre múltiples universidades europeas, destinado a precisar ciertas influencias negativas de los estereotipos y sugerir los medios para corregirlas.

- Desligar ciertos números de estereotipos nacionales y medir su influencia sobre las relaciones internacionales (incluida la representación iconográfica del extranjero).

- Aproximarse al estudio de los documentos particulares: prensa, sondeos de opinión, de literatura contemporánea, los manuales escolares y los programas de estudio y descodificarlos con una lectura sesgada que capte las vías y enunciados de endoculturización de diversas muestras de intolerancia hacia el otro-estrano.

Al igual que estas revisiones con sesgos positivos intentan reelaborar y establecer criterios respetuosos con la consecución de «concordias nacionales» en estados pluriétnicos, también existen reivindicaciones desde diversas concepciones e instrumentalizaciones del documental actualmente. Tal como afirma Joëlle HULLEBROECK («El documental...». Introducción al Dossier sobre «El Documental» de la revista: Corto Circuito, n. 8-9, 1989, p. 4): «El documental es uno de tantos medios de resistencia contra la uniformización generalizada de los contenidos y de las formas de las imágenes, producto de la proliferación de los medios de difusión y del control de los medios de producción y de distribución, en manos de unos pocos. (...) el documental tiene un importante porvenir por ser uno de los productos que más va a necesitar el ciudadano del mañana: en medio de una crisis generalizada de valores, el documental le permitirá conocerse, tener espejos que le reflejen su realidad y su mundo interior. Buscar deliberadamente la expresión de una visión propia de la historia, seguir los meandros de una sensibilidad y una imaginación particulares, tal es el aporte político y estético esencial del documental. Reflejo de todos los conflictos y aspiraciones, el documental puede producirse en condiciones no industriales, como lo muestra la producción de vídeos en América Latina. En este sentido, la salud relativa de la producción de documentales es un excelente indicio de la capacidad que poseen las fuerzas vivas de la sociedad civil para expresarse, protestar, testimoniar y participar en la toma de decisiones. (...) Según los ámbitos, asistimos al fortalecimiento de una política tendente a controlar y uniformar las imágenes (la televisión produce y decide respecto a los temas, las formas y los realizadores) o, en el extremo opuesto, nos encontramos frente al surgimiento de una mayor voluntad de diversificación (la televisión recurre a productores independientes y compra productos terminados «heterodoxos», según una visión de unicidad del producto cultural y no de producción industrial)».

Estas mismas expectativas sobre su uso y difusión lícitas, teniendo en cuenta que los medios de masas son los que mediatizan los procesos culturales y los que transforman el espacio en que se revalorizan los bienes culturales, revolucionando los tradicionales mecanismos de creación, producción, almacenamiento, circulación y consumo del hecho artístico y del acontecimiento cultural, están siendo muy reclamadas para el ámbito de las nacionalidades históricas, naciones sin estado o Europa de las Regiones. Ante la transnacionalización de la cultura, diversas formas de neocolonialismo massmediático, concentración de medios, homogeneización cultural destructora de lo diferenciador y de las señas de identidad localistas..., se pide una «defensa creativa», una «moral de rearme intelectual, tecnológico y cultural», ya que «(...) Un medio de comunicación de masas non pode nestes tempos deixar de interrogar, afondando no cuestionamento da cultura actual e na creación dunha nova cultura da cotidianidade» (Luis ALVAREZ POUSA: «Cultura e medios de comunicación en Galicia» en *Serba. Actualidade e debate*, n. 1, maio 1989, p. 43-60, p. 50).

La nefasta identificación de cultura con civilización del consumo y del simulacro, la proliferación del populismo cultural en busca del índice de audiencias, que necesita-

ría para ser contrarrestada de un refuerzo del panorama cultural y de la génesis de una cultura ambiental de creatividad e innovación, ha generado una imagen del patrimonio cultural extremadamente pobre y restringida: «Os medios de comunicación límitanse polo xeral a reproducir-las formas en que se expresa unha cultura antropolóxica, folklórica, patrimonial e museística. Unha cultura que, lonxe de mostra-las súas carencias, os seus medos e os seus riscos, as súas contradicións e os seus saltos cara un futuro incerto, axuda a manter ficticiamente un caparazón de felicidade. Nada trascende da súa tensión estrutural ou ideolóxica. Como escribiu Roland Barthes, a cultura, lonxe de ser un campo de dispersión (de tensión), transfórmase nun espacio de conciliación. A tendencia que se observa nos medios de comunicación galegos é a de pacificar unha situación de complexidade manifesta, de confusión, de incertidume. Hai que conseguir a toda costa que a cultura galega se distinga pola súa virxindade orixinal» (Luís ALVAREZ, *op. cit.*, p. 49). «Non claudicarían os medios de comunicación galegos no populismo cultural, se existira esta consciencia de rearme intelectual, tecnolóxico e cultural, que esixe á vez unha interrelación de medios e sectores sociais. Mirando cara o pasado, reproducindo sen cuestionar nada a cultura antropolóxica e folklórica que prefigura os límites dunha reserva tribal, é como estaremos abocados a sermos engulidos polo que se aveciña. Se os medios non actúan como motor, os demais sectores sociais deixaránse ir, interesadamente ou non, por convivir una reserva ata o cerco definitivo» (Luís ALVAREZ, *op. cit.*, p. 58).

Pero más allá del género más próximo a las intenciones de la defensa y comunicabilidad de los valores y contenidos culturales, el documental, es evidente que cualquier manifestación audiovisual se codifica culturalmente y surge de una serie de parámetros socio-culturales que determinan la perspectiva y el tratamiento de múltiples contenidos que, aunque en producciones no elaboradas con un enfoque socio-antropológico predominante, traducen, denotan y connotan un compromiso e interpretación. Tal como afirma Manuel GONZÁLEZ para el caso gallego («Galicia, 84-89. Videocreación en Galicia, un iceberg sin base» en *Bideoaldia'89. Manual de Instrucciones II. Catálogo de la Bideoaldia'89*. Tolosa. Ed. Bosgarren Kolektiboa K. A. p. 102-106, p. 104): «En la práctica de cualquier soporte artístico se supone la existencia de una mirada propia sobre la realidad en la que vive el artista y las influencias que recibe de ella. El análisis de los contenidos que interesan al creador es otro de los elementos de reflexión sobre la posible «especificidad» del arte y la cultura de un pueblo. En el caso de los vídeos producidos en Galicia se puede observar en algunos de ellos una conexión directa con el «escenario de la acción»: un compromiso evidente, denotativo y connotativo con la realidad gallega, mientras que otros se interesan en la investigación sobre estructuras formales, vacías de referentes culturales «nacionales», más preocupados por cierto tipo de comunicación directa, que prescindan de particularismos y localismos.»

Este repaso previo nos muestra la desproporción y distancias excesivas que existen entre los distintos colectivos sociales para desarrollar una política de comunicación propia y disponer de mecanismos de defensa comunicativa invita a revisar urgentemente el espacio y tiempo expresivo de que disponen y la imagen que ofrecen las elaboraciones documentales y de divulgación científica de las comunidades científicas e investigadores, así como la que aportan los medios de comunicación social sobre los distintos colectivos «(...) los medios de comunicación pueden transmitir normas, valores y conocimientos de una cultura determinada o bien pueden transmitir valores y pautas de conducta de una parte de esa realidad social o de un grupo, con el fin de difundir su carga valorativa y modificar la opinión, la imagen o la percepción, que de un hecho o una situación comparte el resto de la gente. Por tanto, los medios de comunicación tienen una influencia decisiva en la percepción que los ciudadanos tienen de su entorno, de los demás y de sí mismos. Llegar al conocimiento de la «realidad» que los medios están modelando y reforzando mediante tópicos estereotipos sobre diferentes grupos, tradicionalmente objeto de marginación, es un paso previo a la implementación de medidas concretas y al diseño de estrategias de

actuación, tendentes a superar esas situaciones. En contrapartida, esos medios habrán de desempeñar un papel sin duda destacado para la eficacia de dichas operaciones» (Javier ALONSO MONTES: «La imagen de los medios de comunicación social de los colectivos objeto de atención del Ministerio de Asuntos Sociales» en *Selecciones y análisis de documentación*, n. 3, 1989, Madrid. Ministerio de Asuntos Sociales. Subdirección General de Documentación y Publicaciones, p. 76-83, p. 76).

La reafirmación, revitalización y reforzamiento de la propia identidad (localista, regionalista, nacionalista) ha recurrido a la capacidad de preservación y difusión de los medios audiovisuales para permitir su acceso en función de esos intereses de autoafirmación y, en general, se ha dado una acogida favorable a aquellos equipos o personas que manejan estos medios, siempre que no obstaculizaran y fuesen excesivamente intrusivos sobre los acontecimientos y pautas socio-culturales a captar. En este sentido, el equipamiento con estos medios puede reforzar la aceptación de las comunidades a equipos de investigación que garanticen cierta «publicidad positiva» (en cierta equivalencia a las discriminaciones positivas aplicadas a colectivos sociales marginales) y ciertas explicaciones o apreciaciones no despectivas o subestimadoras de y al encontrar en los medios audiovisuales la máxima relevancia, expresión y posibilidad de preservación en todo su esplendor y realismo de acontecimientos que tienen un marcado carácter audiovisual. Las experiencias de «videoanimación», que incluyen el aprendizaje de las técnicas audiovisuales por los líderes de opinión o afianzados en el medio, y la reflexión y recuperación del entorno cultural más inmediato por parte de las poblaciones, autorresponsables de su auténtica defensa comunicativa y patrimonial, siempre que se den de manera no dirigista ni obstruccionista, son buenas experiencias aperturistas, siempre y cuando se progrese desde estas experiencias iniciales y piloto y se puedan integrar, con cierta igualdad de oportunidades, en el flujo y emisiones de los medios públicos o del disfrute en un amplio radio de acción más allá del localista.

Tal como afirma José LISÓN ARCAL («Notas de Antropología Visual» en: *Antropología Visual* en: *Antropología social sin fronteras*. Madrid. Instituto de Sociología Aplicada de Madrid, 1988, p. 169-185), muchas de las manifestaciones captables cumplen funciones de proclamación de las propias raíces y de la propia identidad cultural local, de un «nosotros», de una Comunidad diferenciada y de demarcaciones de territorialidad y de tradiciones específicas y diferenciales. Es evidente que estas intenciones y las transformaciones que sufren con motivo de mejorarlas, renovarlas o devolverles su carácter original y la publicidad de que son objeto, prueban la importancia que se le concede a la difusión y exhibición de tales manifestaciones. Aunque muchas de las motivaciones para la difusión son instrumentales o de rivalidad inter e intra comunitaria (para captar mayor turismo; rivalidades políticas, culturales y vecinales, etc.) y la proclamación de la propia identidad puede manipularse con muy diversos fines, convirtiéndose así en un simple medio, el efecto final es el mismo: se busca salir en los medios de comunicación y a ser posible en aquellos donde mejor se aprecian los hechos audiovisuales que son los que producen un mayor impacto social.

Las actitudes reacias o contrarias a los registros audiovisuales, siguiendo las interpretaciones de J. Lisón, también puede explicarse por diversos motivos, entre ellos el de preservar en el anonimato la identidad personal de ciertos participantes (por ejemplo, ofrecimientos religiosos, penitencias, etc.), o también como forma alternativa de mostrar la propia identidad, en el sentido de que su «nosotros» se define como «los que no dejamos que nuestras manifestaciones culturales circulen como mercancía barata y quien quiera conocernos deberá esforzarse en venir a vernos en nuestro propio medio y conseguir nuestra aceptación o tolerancia», en oposición al otro «nosotros» que acepta esa participación de los medios audiovisuales por que se definen como «los que somos tan importantes y tenemos unas tradiciones tan vistosas que merecen ser preservadas en cine y exhibidas en televisión». Tanto en un caso como en otro la exposición o ocultación a los medios audiovisuales no es sino una

forma de expresar la propia identidad. En este caso, si el investigador social precisa o desea hacer uso de los medios audiovisuales, probablemente su larga estancia en la comunidad le permita obtener el privilegio de hacerlo y aprovechar así las ventajas que estos puedan proporcionarle para el desarrollo de su investigación.

Dada la importancia que en este terreno parece darse en la mayoría de los casos a los medios audiovisuales y la buena disposición que suele encontrarse hacia los mismos, puede ser muy útil para el investigador social hacer uso de ellos, no sólo porque pueda contribuir a introducirle más fácilmente en la comunidad, cuestión que siempre resuelve mejor el trabajo de campo continuado, sino por las ventajas que puede suponer el uso de la imagen. Cuando se trata de enviar mensajes culturales complejos, difíciles de reducir a palabras, poco comprensibles de otro modo o que no recibirían la atención que merecen ni tendrían la fuerza sancionadora (negativa o positiva) que en ocasiones precisan, se recurre a la expresión simbólica, ritual o ceremonial de los mismos. Puesto que tal forma de expresión se apoya en acciones, palabras, situaciones, espacios, momentos y objetos específicos y concretos, tiene un carácter marcadamente audiovisual. Entre otras cosas, esto implica reconocer a la percepción audiovisual una fuerza y una capacidad de comunicación y de generar empatía mayor de la que pueden poseer otras formas de transmitir mensajes, sea cual sea su carga exhibicionista, publicitaria o propagandística. Ante estas aportaciones hay que apoyar a los investigadores sociales con medios audiovisuales para captar las estructuras más profundas de una cultura, en cuyo caso no hay que dudar de los medios audiovisuales como herramientas que nos ayudan en ese cometido y en el de analizar los complejos repertorios y vagages culturales de una manera más cómoda y precisa, capacitación e instrumentación que aumentará la capacidad de desciframiento y la de animar a la defensa comunicacional de las culturas folklóricas marginales.

