

RELACIÓN COMUNICACIÓN-CULTURA: SIGNIFICADO AXIOLÓGICO DEL VALOR COMUNICATIVO COMO RECURSO CULTURAL

EL VALOR COMUNICATIVO COMO RECURSO CULTURAL

AUTORES/AUTHORS: Clara de los Á. Guzmán Góngora¹

María Antonia Amado Fajardo²

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: cguzman@ult.edu.cu

Fecha de recepción: 14/02/2018 Fecha de aceptación: 14/03/2018

RESUMEN

El presente artículo aborda el tema de la comunicación desde la cultura, en su interrelación. Se concibe lo comunicativo en calidad de dimensión esencial de las relaciones humanas y socioculturales. En este sentido, comprender el valor comunicativo como recurso cultural en el proceso de la actividad humana constituye su finalidad epistemológica inmediata, cuya materialización se realiza a través de la sistematización de la teoría y del posicionamiento autoral. Permite, además, acceder a una temática no abordada desde el ámbito sociocultural.

PALABRAS CLAVE: Comunicación, cultura, valor comunicativo, recurso cultural y el valor comunicativo como recurso cultural.

RELATIONSHIP COMMUNICATION-CULTURE: AXIOLOGICAL MEANING OF THE COMMUNICATIVE VALUE AS A CULTURAL RESOURCE

ABSTRACT

This article addresses the issue of communication from culture in interrelationship. The communication is conceived as an essential dimension of human and socio-cultural relations. Understanding the communicative value as a cultural resource in the process of human activity is immediate epistemological purpose, but which is carried through the systematization of theory and authorial positioning. Also it provides access to a subject not addressed from the sociocultural field.

KEYWORDS: Communication, culture, communicative value, cultural resource and communicative value as a cultural resource.

INTRODUCCIÓN

¹ Doctora en Ciencias Pedagógicas. Profesora titular. Universidad de Las Tunas, Cuba.

² Máster en Estudios Socioculturales. Profesora auxiliar. Cuadro Sindical.

La comunicación transversaliza todas las esferas de la vida y es parte constitutiva de los procesos sociales. Constituye uno de los pilares fundamentales de la existencia humana, en tanto, es una dimensión a través de la cual se reafirma la condición del ser humano. Su carácter de proceso complejo connota, entre otros aspectos, el comportamiento humano y el papel que desempeña para viabilizar la socialización. Ello obliga a conocer las formas y pautas de comunicación que favorecen la relación entre los actores sociales y todos los sectores.

En este sentido, resulta importante comprender la estrecha correspondencia entre comunicación y cultura, pues la manera en que el hombre se comunica, refiere e implica la forma en que vive. Esta necesaria relación se manifiesta en la acción recíproca de transmitir y recibir conocimientos culturales, que deben interactuar en perfecta armonía con todos los factores presentes en el acto ejecutorio y en los que intervienen los códigos comunicativos, como las relaciones interpersonales entre el emisor y los receptores públicos y mediante la creación de valores.

Lo comunicativo, como dimensión esencial de las relaciones humanas y socioculturales, exige una mirada exhaustiva al estudio del papel social del lenguaje en las condiciones concretas en que se produce. Por tanto, lograr un desarrollo integral desde el punto de vista intelectual, afectivo y sociocultural del individuo precisa de la educación en lengua y comunicación.

Ello constituye un imperativo para ejercer una adecuada influencia que favorezca, desde todos los contextos, la formación y consolidación del valor comunicativo como recurso cultural. Ello implica la integración de los significados y sentidos de la actividad comunicativa, a la vez que constituye la expresión del desarrollo cultural en el desempeño del hombre en cada comunidad.

Toda conducta cultural es generada por una dinámica comunicativa en su medio social, y todo fenómeno cultural es posible por la existencia de una acción comunicativa. Así, la comunicación ayuda a que los sujetos realicen sus acoplamientos sociales y culturales, esto es, que estructuren sus marcos o modelos de representación del mundo, para lograr que sus interacciones sirvan para el establecimiento de acuerdos que les faciliten sus actividades cotidianas.

El tratamiento teórico de aquellos elementos directrices que fundamentan el proceso de comunicación en su conexión con otros, le confieren sentido a la lógica seguida en el presente artículo y que favorecen la contribución a la teoría existente. Además, se estiman los criterios de algunos autores con respecto a la comunicación y sus nexos con la cultura, así como el significado axiológico de la primera. Trascendentemente se ofrecen argumentos para el reconocimiento del valor comunicativo como recurso cultural desde una concepción crítica, base del sistema conceptual, a la vez que se aportan fundamentos necesarios para este estudio.

DESARROLLO

El entorno actual y su dinámica ponderan la comunicación como proceso en construcción, histórica y socialmente condicionada, que en su devenir ha atravesado por diferentes etapas de reconstrucción crítica, para fundar sus referentes teórico-metodológicos y su identidad propia. Por ello, se considera una categoría polisémica, dado que su utilización no es exclusiva de una ciencia en particular y que tiene connotaciones propias de la ciencia de que se trate.

En el sentido etimológico, comunicar proviene del latín *communicare*, que significa “compartir, tener comunicaciones con alguien” (Corominas, 1995, p. 163). Comunicación puede traducirse como “poner en común, compartir algo”. Este “poner en común” constituye lo propio de la vida social y la condición humana. Ello connota su visión como una dimensión de lo humano, que se reconoce en la constitución del universo de significados y valoraciones adjudicados a experiencias. Es en este sentido, la comunicación, dependiente del concepto esencialmente semiótico de cultura.

Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como intercambio de sentimientos, opiniones, o de cualquier información, mediante el habla, la escritura u otro tipo de señales, donde tienen lugar interacciones mediadas por signos y reglas semióticas comunes.

Se plantea además, que todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor, pero el receptor no necesita estar presente ni consciente del intento comunicativo por parte del emisor, para que el acto de comunicación se realice. En el proceso comunicativo, la información es incluida por el emisor en un paquete y canalizada hacia el receptor a través del medio. Una vez recibida, el receptor decodifica el mensaje y proporciona una respuesta.

Las anteriores aseveraciones realizadas constituyen una síntesis de la mayoría de los criterios de partida que utilizan varios autores, cuya finalidad es destacar la comunicación como elemento esencial del proceso de transmisión de conocimientos y valoraciones durante el acto comunicativo. En otro sentido, es valorada como elemento de los procesos de significación, apreciable en la comunicación de masas, desde la cual también se enfatiza su transmisibilidad y contribución para construir y compartir verdades.

En el libro *Comunicación y cultura*, un binomio necesario, se plantea lo siguiente:

La comunicación tiene un paradigma transmitivo como elemento esencial de proceso, es decir, conocimientos y valoraciones durante el acto comunicativo y otro segundo paradigma se centra en los procesos de significación, sistemas que se pueden valorar en la comunicación de masas que es esencialmente transmisible. El paradigma centrado en la significación parte de la idea de que las verdades son construidas por los seres humanos, la comunicación es el proceso de puerta en común de esas verdades. (La O y otros, 2011, p. 1)

Estos conceptos aportan una visión comunicacional de la cultura, al definirla como un sistema significativo, es decir, un modo peculiar que tienen los diferentes agrupamientos humanos para otorgarle sentido a la realidad y para comunicarse. A la vez, destacan la transferencia de información y entendimiento como proceso de enviar, recibir y compartir ideas, actitudes, valores, opiniones y hechos.

Ello lo corrobora González, al manifestar que es un “proceso dinámico entre individuos y/o entre grupos que mediante un intercambio informativo sirve para establecer la comprensión o un estado de comunidad, la estructura de este proceso es expresión de las relaciones que median entre los participantes de la comunicación” (citado por Gelis, 2010, p. 24).

Tal apreciación sustenta la correcta interrelación entre emisores y receptores en un momento dado, reveladora de que la comunicación no es una instancia simplemente instrumental, sino un proceso horizontal y dinámico, interesado en la construcción de múltiples relaciones y procesos cognoscitivos. No es información, aunque sin información no puede haber comunicación, pero sí, información sin comunicación. La información supone un proceso de tipo unidireccional o monológico, mientras que la comunicación presupone una estructura relacional bivalente, en la cual todo emisor puede ser receptor y todo receptor puede ser emisor.

Se establecen así, relaciones humanas de participación recíproca, a través de símbolos y sistemas de mensajes que se producen como parte de la actividad humana, la coparticipación emotiva y la comprensión de los hombres entre sí, por lo que constituye información de aquellos elementos nuevos.

Hay comunicación solo cuando se transmiten códigos y signos, tanto verbales como visuales, entre dos o más personas que deseen ejecutar o recibir un mensaje. Este elemento enmarca la concepción que dialogiza la comunicación en su sentido horizontal, en la cual la confianza y la empatía son premisas básicas.

La adquisición de los recursos de la comunicación permite la socialización de las personas, por ello aprender a comunicarse es aprender a interpretar el mundo, madurar como personas e integrarse en el contexto sociocultural, así como aprender a conocer los símbolos de la sociedad a la que se pertenece. De este modo, el funcionamiento de las sociedades humanas es posible gracias a la comunicación.

La comunicación es un fenómeno complejo, que media en los restantes procesos relacionales. Su enfoque dialéctico hace posible la profundización y flexibilidad que su análisis demanda, además, como categoría filosófica tiene carácter histórico-concreto. Su contenido y funciones corresponden a las relaciones sociales que expresa y compendia (Gelis, 2010).

Desde esta visión, se comprende la comunicación como sistema abierto a las mutuas afectaciones del sistema social y del sistema de adaptación al entorno,

los cuales influyen en un sistema más general, inscripto en un marco histórico-concreto determinado, en el cual se producen los procesos comunicativos. Sus interacciones suponen la influencia de cada uno de ellos sobre los integrantes de los restantes, sin que esto implique su descomposición, sino su enriquecimiento.

Al ser la comunicación uno de los sustentos principales de la interacción social en su condición de proceso base en las relaciones humanas, posibilita la formación de las agrupaciones sociales desde las más simples a las más complicadas. En virtud de ella el hombre fue capaz de desarrollar sus funciones mentales superiores y convertirse en un ser social. Fue precisamente a través de sus mecanismos, que le resultó posible transmitir sus conocimientos, opiniones, evaluaciones, estados de ánimo, incitar a los demás a la acción o a la expresión de sus sentimientos, en una palabra, influir en sus conductas.

De ahí que, la comunicación en su condición de intercambio de actividad:

Es expresión concreta y personificada de las relaciones sociales y medio de autoconocimiento, garantiza la existencia y funcionamiento del proceso de relación consciente que condiciona la integración práctica-conocimiento-valoración y sus resultados expresados en transformación, comprensión y significación, a través del todo, la actividad comunicativa. Revela el nivel de conciencia y maduración alcanzado por la personalidad traducidos en su actuación. (Guzmán, 2009, p. 68)

Según este criterio, sus nexos con los aspectos culturales y axiológicos, favorecen la construcción de significados y símbolos, desde los cuales la realidad cobra sentido. Tiene una importancia decisiva en la promoción del desarrollo institucional y humano, además, incide positiva o negativamente en las prácticas sociales de los sujetos. Como mecanismo de influencia mediatiza, a partir de su lenguaje y soportes, determinados contenidos presentes en el discurso social.

Un elemento significativo en los estudios actuales es el relativo a la contribución de la comunicación en la formación y desarrollo de la cultura y de la identidad. En este particular, tanto Barbero, como Freire, tienen puntos en común.

Barbero señala: “Comunicar es hacer posible que unos hombres reconozcan a otros hombres, y ello en doble sentido: les reconozcan su derecho a vivir y pensar diferentemente y se reconozcan como hombres en esa diferencia. Eso es lo que implica y lo que significa pensar la comunicación desde la cultura. Aceptar la individualidad, el respeto al otro” (citado en Alonso y Saladrigas, 2001, p. 205).

A su vez, Freire refiere que la comunicación es un “(...) diálogo, en la medida en que no es la transferencia del saber, sino un encuentro de sujetos interlocutores” (2002, p. 229). En ambos postulados aparece con claridad la identidad de los individuos como eje esencial dentro del proceso comunicativo

en una comunidad, donde se intercambian no solo palabras, sino también valores, conocimientos, mitos, leyendas, creencias populares. Por ello, la comunicación es el diálogo entre los hombres, componente esencial de su cultura.

Los estudios culturales ofrecen un enfoque cultural de la comunicación, al considerar los procesos comunicativos como práctica. Tal concepción es expresión de la visión socializadora de la cultura presente, sobre todo, en los estudios culturales británicos. Desde esta visión, se atribuye la efectividad de la educación popular en la conjugación de tres conceptos básicos: la objetividad de la comunicación, su vinculación con los intereses y las formas de realización a través del lenguaje. En este sentido, La O y otros, resumen lo siguiente:

Este enfoque entraña una concepción socializadora de la cultura, en la manera en que las comunidades confieren sentido y reflexionan sobre sus experiencias comunes, lo que hace que todos sus integrantes sean promotores de la cultura. (...) Para que la comunicación popular pueda ser efectiva debe conjugar estos tres conceptos básicos, ya que promueven una real comunicación, con y entre las personas y que defienden los intereses populares, que hablan de sus problemas e inquietudes, que hablan con sus lenguajes. (2011, p. 1)

El estudio de la comunicación abarca la diversidad de formas de manifestarse, de entre las más comunes: el lenguaje escrito, el oral, el de los olores, el de los gestos, el de las formas de vestirse. Además, la música, el baile, el dibujo y la poesía son expresiones del lenguaje artístico. Para cada lenguaje existen reglas específicas, por ello cuando se establece a través del diálogo debe ser claro y conciso, basado en el respeto e igualdad de los practicantes, sin distinciones de raza, sexo o modos de vida, con sus tradiciones y costumbres, que pueden ser transmitidas y centradas en la significación y cuyas premisas básicas son la confianza y la empatía.

El autor citado anteriormente, también aborda la importancia del lenguaje corporal en las relaciones humanas:

La comunicación será adecuada cuando haya un intercambio franco, abierto, desprejuiciado, es decir, dónde se expresan libremente los sentimientos, la confianza necesaria y el respeto mutuo. Como la comunicación depende de factores externos que propicien un ambiente agradable y lógico durante su realización, no pueden existir las barreras idiomáticas, culturales, religiosas y raciales, ya que pueden ser lascivas a la comunicación. Si no existe el respeto mutuo a la diversidad cultural, es difícil que esta pueda fluir de forma correcta. (Ibidem, p. 3)

Una nueva dinámica se manifiesta hoy en el proceso de comunicación, al atravesar todas las esferas de la vida individual y colectiva de los hombres. Su estudio, en tanto intercambio de informaciones y sentimientos, revela los nexos entre la cultura y la comunicación. En este sentido, la cultura es estudiada por la antropología, la sociología, la filosofía, la psicología; la comunicación,

además, está presente en los estudios de la administración. En todas las ciencias, el comportamiento humano es un componente esencial para descifrar la realidad.

De una concepción integradora de la cultura, valiosa en este posicionamiento, da cuenta Macías (2003), en Conferencias sobre Estudios Culturales de Comunidades. En dicho estudio enfatiza en los elementos que conforman las actividades del hombre en el devenir histórico de su evolución como ser social y como indicador de la vida humana, determinado y determinante de su nivel de desarrollo social.

Se señala que la cultura se revela en la acumulación de hábitos, habilidades, costumbres y conocimientos, que tienen su expresión en las actuaciones cotidianas de hombres y mujeres en todas las esferas de la vida, de su conducta regular, coherente, repetible, estable y recurrente, que se presenta como autoconciencia de una comunidad históricamente condicionada, lo que indica en los niveles micro y macro, el grado de desarrollo que ha alcanzado el hombre como género.

Dicha autora ofrece una definición de cultura más acabada cuando refiere:

Cultura es el entramado de significaciones con el cual los humanos se representan el mundo social y natural, dan sentido a sus acciones y relaciones, formulan e interpretan sus comunicaciones (...) La cultura es el conjunto de realizaciones humanas que ha trascendido en el tiempo y que le permiten al hombre reproducir y crear nuevos conocimientos y valores para la transformación de su medio social y natural. La cultura expresa en su proceso dinámico de creación y difusión, una visión del mundo que encierra un compromiso socio-histórico y un basamento político-ideológico concreto. (Macías, 2014, pp. 35-36)

Se asume entonces la cultura como un todo compuesto de rasgos y elementos que caracterizan a los grupos humanos, a las comunidades sociales, los que logran significado en consonancia con las actividades humanas. Ello refuerza la idea de comprenderla como calidad del sistema social, a partir del conjunto de características distintivas presentes en ella de naturaleza espiritual, material y afectiva, las que ejercen influencias en los ritmos de desarrollo. También proporciona espacio a la visión de la cultura que se nos presenta como autoconciencia, en el proceso de las relaciones sociales.

La tendencia a integrar las relaciones sociales y la cultura, resuelve la contraposición entre el sujeto y el objeto o producto en la cultura y en sus relaciones sociales. Estas últimas se transforman dialécticamente en objetos de subjetividad humana (Suárez y del Toro, 2003).

Desde esta condición, el ser humano se autocomprende como identidad, pertenencia y actuación, a través de las estructuras culturales. Así, la contradicción entre el mantenimiento y las transformaciones de la cultura material y espiritual se sintetizan en la socialización, base del desarrollo

humano, concebidos a partir de una actuación consciente desde la cultura, que domina sus instrumentos y los utiliza para transformar el mundo.

La cultura posee atributos que reflejan lo universal de la condición humana. Al respecto, se estiman los criterios de López (2004) y Suárez (2005), que reconocen la facultad de la memoria, la historia, el patrimonio, las tradiciones, la creación artística y el sistema de valores como elementos dinámicos e integrados, resultantes de los procesos de socialización. Por otra parte, la cultura a la que pertenece y manifiesta el hombre concreto, real y universal, considera cualidades socioculturales que lo caracterizan, en su relacionalidad como la identidad, la pertinencia y la actuación.

Resulta muy valiosa para este artículo, la aproximación que realiza Macías (2014), a las características fundamentales que tipifican a la cultura, ya que connota la actividad del hombre como proceso y resultado, en su diferenciación con la naturaleza, en lo creativo y procesual. Ello permite explicar el proceso cultural, como cualidad de la humanidad que revela la especificidad y medida de la consistencia y el grado de perfección de los fenómenos sociales, e incluye al hombre como sujeto de las relaciones sociales. En este sentido, la autora destaca el aspecto axiológico de la cultura.

Si bien algunos etnólogos utilizan el vocablo “cultura” para referirse a costumbres, actividades o comportamientos transmitidos de una generación a otra, asumen posiciones reduccionistas, relativas a que los seres humanos absorben todo, como algo innato. Esta es una concepción peligrosa, pues las personas no son como las máquinas que no tienen sentimientos o que pueden ser programadas. Todo lo contrario, son seres dotados de conciencia y voluntad y en su actividad crean su cultura.

En este sentido, la autora resume, por su significatividad, que la cultura se revela como proceso y resultado creativo, manifiesto en el hombre concreto en su actividad reveladora de regularidades en su conducta, a partir de sus cualidades socioculturales y características. En su relacionalidad es expresión de la esencia humana y de su autoconciencia, donde lo material y espiritual se sintetizan en la socialización como base del desarrollo humano y de la calidad del sistema social.

Aportan, además, elementos a la visión marxista desde la ética y al posicionamiento teórico. Según la intencionalidad del presente artículo, es importante tener en cuenta las siguientes consideraciones:

La cultura no puede comprenderse como un simple concepto asociado con las artes y el patrimonio, pues comprende también el modo de vida, las creencias, las tradiciones y los sistemas de valores. Adicionalmente le atribuye la función de proporcionar un marco propicio para el bienestar espiritual y moral de los seres humanos a razón de que la principal riqueza humana es el hombre mismo pues para mejorar al mundo lo primero que ha de hacerse es forjar y cultivar al hombre. (López, 2004, p. 158)

De este modo, la cultura ofrece la posibilidad de acceso a determinado saber, por lo que, entre otras de sus funciones se encuentra la de perfeccionar el gusto estético de las personas. De ahí que resulta imprescindible difundir lo mejor de ella en su universalidad, que implique la creación de estilos de vida diferentes, aportadores de mayores niveles en la calidad de vida para los seres humanos.

Al ser la cultura también moral contiene el comportamiento humano, incide en su perfeccionamiento, expresado en el modo de vida de los hombres, su proceder individual y social, así como en su sistema de valores y creencias. Asimismo, comprende todo lo que es aprendido mediante la comunicación y el vínculo entre las personas, e incluye, además, el sentido individual y social. De igual modo, abarca desde el perfeccionamiento del lenguaje hasta las tradiciones, costumbres, ciencia, moralidad, valores, actitudes humanas, las instituciones y la vida social en su conjunto.

En este sentido, la cultura se caracteriza por:

(...) los momentos de asimilación, producción, difusión y asentamiento de ideas y valores en que se funda la sociedad y se articulan en la conciencia social. Pauta sus relaciones con lo ideopolítico en el sentido de que se producen y reproducen las formas de vida y la ideología y con lo ético-axiológico al intervenir como un mecanismo de regulación social. (Guzmán, 2009, p. 68)

La cultura implica síntesis de valores, ellos son relaciones constantes que se reflejan en el pensamiento y en la actuación, lo que demuestra su vínculo específico con la historia y el progreso cultural. Tal aseveración exige reconocer además otra, según la cual el lenguaje es la envoltura material del pensamiento, lo que conlleva a realizar la inferencia de que la comunicación resulta ser la vía de transmisión del pensamiento y media en la orientación de la conducta de los sujetos, toda vez que aporta sentido y significado a sus acciones.

Un enfoque que engarce la cultura y la comunicación como elementos fundamentales de la praxis del desarrollo configura un sistema teórico para la explicación del proceso de construcción de conocimientos. Así, en la comunicación y la cultura como relación, se analizan los procesos de desarrollo como ámbitos de utilización de lenguajes y símbolos creativos para el entendimiento humano, para compartir experiencias y conocimientos.

Por tanto, la comunicación es un elemento transversal para la cultura, es un instrumento de difusión y creación de sentidos, para un imaginario social cada vez más exigente en las formas y contenidos. El uso estratégico de la comunicación resulta vital para el posicionamiento de la cultura en el imaginario local, en cuya base se asienta la profesionalización de la difusión. La creatividad para el desarrollo de campañas de difusión, sumado a un conocimiento de los medios y al uso adecuado de la tecnología, hacen de la difusión de la cultura una experiencia exitosa y rentable.

Hoy cultura y comunicación son una alianza única generadora de creación y pensamiento crítico. Ello se corrobora en el siguiente planteamiento:

(...) fundar información, miradas y discursos desde el lenguaje visual, gestual, escrito y/o sonoro, es asumir no solo el ejercicio de instalar opciones estéticas e ideológicas (campo de ideas) en el debate público. Tampoco es solo el compromiso de “un autor con su obra”. No. Esta creación (artística e intelectual) representa la necesidad imperiosa de toda sociedad por instalar nuevos paradigmas y valores en sus diversas agendas temáticas (individuales, sociales, políticas y artísticas); de igual forma, busca influir en las conversaciones tanto del presente como del futuro, en lo que es el desarrollo de estos grupos humanos... en sus temas... Todo apunta a lo mismo: fomentar a como dé lugar, el Desarrollo Cultural. (Véliz, 2014, p. 1)

Resulta significativa la concepción de este autor, dado que refuta criterios estrechos de la referida relación. Aporta una concepción generalizadora que abre espacio a la capacidad continua de desarrollo del hombre y la sociedad, así como a la renovación constante de paradigmas y valores con sus correspondientes aportaciones a la praxis y a la teoría desde la relación con este estudio.

De este modo, la comunicación se convierte en un espacio estratégico de las mediaciones socioculturales, que posibilita la apertura de procesos de interacción social y reconstrucción cultural. Por ello en la concepción de la cultura tienen cabida los sistemas de transformación, autoconstrucción y desarrollo social, a través de la información y el conocimiento como experiencia acumulada sobre el entorno, objeto de la transformación y autoproducción de la cultura como comunidad y dimensión simbólica de la práctica social, que se convierte en el espacio de encuentro entre comunicación y desarrollo.

La importancia de la comunicación en la cultura permite constatar el hecho de que la cultura es necesaria para la comunicación, tanto como instrumento para su efectiva realización, como componente autónomo (esto es, que tiene un significado en sí misma) de las relaciones sociales en las que la comunicación siempre tiene lugar. Puede comprenderse y explicarse solo si se tiene en cuenta que la cultura es un componente, tanto interno (inmanente) como externo (trascendente) a las relaciones sociales, y que ello implica una comprensión del nexo comunicación-cultura en un marco conceptual de tipo relacional.

El componente relacional, dialógico y plurilógico de la cultura se manifiesta en la comunicación y estrecha sus lazos con ella hasta su asimilación plena. Es decir, lo cultural se entiende como una forma de sacar el máximo partido a las posibilidades interactivas de las relaciones construidas a través de la acción. La comunicación y la cultura implementan las formas solidarias de actuar en común, en libertad.

Acercarse a la comunicación desde la cultura supone, en este sentido, un modo de producción y reproducción, apoyado en la interacción entre sujetos y entre

estos y su entorno práctico, de forma que puedan generar vías concretas de accesibilidad horizontal y de participación cooperativa en los procesos de desarrollo. El enfoque cultural de comunicación adquiere validez evidente en estos tiempos, en la medida en que su aplicación fortalece la cultura y posibilita la proyección hacia el desarrollo, sin abandonar los principios que la ética demanda.

La comunicación y su significado axiológico. El valor comunicativo como recurso cultural

Los nexos de los procesos sociales con la cultura, ponen de manifiesto los códigos con los cuales los sujetos operan en su actividad y los sistemas de significados compartidos por ellos. Además, muestran la esencialidad de un conjunto de relaciones y contradicciones generales que les imprimen una dinámica particular a los valores.

En su relación con lo ético-axiológico la cultura es normativa. Se revela tanto en los conjuntos conceptuales y simbólicos, a través de los cuales los hombres tratan de interpretarse a sí mismos y a la realidad en que están inmersos, como en el conjunto de valores resultantes de sus prácticas concretas, que sirven para juzgar y justificar sus acciones y situaciones. Ello genera un conjunto de valores fruto de la cultura de la convivencia, de la conducta y de la identidad, resumidos en la cultura moral, donde encuentran espacio los valores junto a las normas y conductas.

Por tanto, comprender el significado de las acciones humanas pasa por el tamiz de la comunicación en su contribución para evaluar el legado precedente. Ello favorece el perfeccionamiento axiológico del hombre y la adquisición de capacidades para crear y recrear un espíritu crítico y de superación frente a la realidad y su responsabilidad por los destinos y por su sentido.

La fundamentación anterior es corroborada y ampliada por el siguiente criterio: “No hay cultura socialmente existente que no tenga, unido a ella, un plan de difusión y, por tanto, una comunicación constante ante determinados sectores sociales (...). Así, también es difícil pensar una comunicación que no tenga aspectos creativos y deje de transmitir valores de cultura, de identidad” (Bustamante, 2006, p. 16).

El proceso de comunicación permite, por un lado, analizar la enorme importancia que tienen unos seres humanos en relación con los demás, y por otro, reconocer que los estímulos que provienen de otros seres humanos son los más significativos que condicionan la conducta humana. Es así que precisamente en el proceso de comunicación se concreta la socialización del hombre y en su cultura se refleja su necesidad objetiva de asociación y cooperación.

El hecho de atribuirle a la cultura una significación deviene esencialmente de su perspectiva como un conglomerado de sistemas y signos, que entre sí establecen una comunicación, una actividad simbólica, en las que están

presentes formas de conductas estructuradas o estructuras mentales, o ambas cuestiones. Ello, a la vez, permite considerar la comunicación no solo como proceso, sino además como valor.

Saladrigas y Alonso (2006), en sus concepciones sobre la comunicación sustentan la perspectiva del carácter de proceso, democrático, participativo, dialógico, basado en la reflexión, en la acción, por tanto, transformador y al servicio de las mayorías.

El estudio bibliográfico realizado también da cuenta de algunos autores que se refieren a la comunicación en calidad de valor. Tal es el caso de Guzmán (2002, 2009) y Batista (2012, 2013), que la analizan como parte constitutiva de los valores culturales, entendidos como el conjunto de representaciones colectivas, creencias, usos del lenguaje y estilos de pensamiento que articulan en la conciencia social: estéticos, científicos, ecológicos, religiosos, de comunicación social, entre otros. Asimismo, reconocen una dimensión objetiva para los valores de esta naturaleza.

Sobre la base de las influencias y acciones que ejercen sobre el sujeto los factores objetivos de las diversas áreas de la vida, se forma en cada persona una concepción del mundo, compuesta por un sistema de puntos de vista, de valoraciones y convicciones sobre la naturaleza, la sociedad, el hombre, la cultura y la propia realidad. Esas diversas áreas de la vida conforman el modo de vida y contribuyen a la formación de su orientación en valores, unidos a la elaboración personal de las respuestas que da el sujeto a estas influencias.

Lo anterior convierte esta concepción en el núcleo rector o regulador de la personalidad y de la conducta, al tiempo que genera, como eje central, una jerarquía u orientación de valores que provoca un orden de amores y odios, de preferencias y rechazos. Estos imprimen un rumbo o sentido a la vida del individuo.

En tal sentido, se asume por valor, socialmente objetivo, aquella propiedad funcional que adquieren los objetos y fenómenos de la realidad al ser incorporados, mediante la praxis, en el sistema de relaciones sociales, propiedad consistente en el hecho de que esos objetos comienzan a desempeñar una función con significación social.

Si se toma en consideración la relación función-valor como cimiento de la comunicación, se puede inferir que el propio contenido funcional de la comunicación como proceso se convierte en fundamento de esta como valor. Así, la función informativa explicita la contribución a la formación de actitudes y convicciones, a la vez que los cambios en el comportamiento, generados por la nueva información. La función afectivo-valorativa favorece la formación de una imagen vinculada con la significación, y la función reguladora es protagonista en la calidad de la conducta de las personas con respecto a sus semejantes.

Tales aseveraciones realizadas se derivan de la consideración de dos criterios básicos presentes en la concepción axiológica marxista, según la cual los valores actúan como elementos orientadores y reguladores de la conducta humana y a la vez, son socialmente significativos.

Al decir de Guzmán, el comportamiento social tiene como sustento el dominio de modos de actuación en estrecha relación con las cualidades personales del hombre.

El comportamiento social (...) se define como la conducta consciente para comprender e interpretar sus acciones con un sentido ético, orientado a su actuación y la apropiación de aprendizajes significativos para su vida social. En el centro de sus análisis se manifiestan los conflictos y las soluciones entre el ser y el deber ser, donde la responsabilidad ocupa un lugar rector. (2009, p. 19)

En las prácticas culturales, el comportamiento de una persona influye en el comportamiento de otra u otras, se establece así, una cadena sucesiva de concatenación de acontecimientos. Esto crea la misma estructura cultural que se construye por los diferentes comportamientos de la sociedad. A su vez, la cultura influye en el proceso de socialización. De este modo, el comportamiento pone de manifiesto el conjunto de actos exhibidos por el ser humano y determinados por la cultura, las actitudes, las emociones, los valores de la persona, los valores culturales y su ética.

González aborda los valores como problemática inherente a la comunicación, asimismo, establece particularidades y requisitos para que ella pueda contribuir a la formación ético-axiológica de los individuos. Al respecto este autor señala:

Al tema de los valores le es consustancial la comunicación, pero no comunicación como instrucción, no comunicación como orientación o como transmisión, sino comunicación dialógica real donde se cree un espacio común, donde las partes que intervienen comparten necesidades, reflexiones, motivaciones y errores, o sea, la comunicación no es convencer a alguien, la comunicación es ubicar a alguien en el espacio de nuestra causa, en el espacio de nuestra reflexión, pero a través de sus posiciones. (1996, p. 48)

La validez de sus consideraciones, compartidas en este artículo, reside en el respeto al otro, a su horizonte de significados y sentidos, en la búsqueda de consenso y empatía, sobre la base de la reflexión objetiva, y en su contribución al desarrollo de la relacionalidad consciente.

Al estudiar el proceso de comunicación interpersonal, intervienen elementos de diferente naturaleza: componentes informativos y componentes relacionales. Los informativos tienen que ver con lo que se expresa en la situación comunicativa y son de naturaleza objetiva y concreta. Los de carácter relacional se refieren a cómo se relacionan los que se comunican, qué tipo de vínculo

mantienen, cómo se perciben. Además, tienen una naturaleza psicológica y más subjetiva.

En este último, se incluyen aspectos como la aceptación alcanzada, los climas autoritarios o democráticos logrados, los rechazos o simpatías, así como estilos en la forma de comunicarse con otros. De igual modo, condicionan cómo son interpretados los contenidos de los mensajes como proceso de intercambio, lo que supone siempre una respuesta.

De esta manera, si en una situación de comunicación no se logra un entendimiento, una aceptación o hasta una negativa, una modificación en su comportamiento, o cualquier otra manifestación que implique una participación, entonces más que comunicarnos solo somos transmisores de una información que se desconoce cómo está siendo recibida. Razón por la cual se enfatiza en la fuerza reguladora que tiene la comunicación como un medio de ejercer una influencia sobre otra persona, sobre todo en su comportamiento e imagen social, así como en la asimilación de adecuadas formas de conducta e interiorización de valiosas normas morales.

El análisis anterior permite afianzar la concepción que aquí se defiende respecto a la comunicación como proceso simbólico de reforzamiento o modificación de actitudes, valores y sentimientos de los integrantes de un grupo y/o organización. Su propósito es facilitar el nivel de aprehensión de los sujetos mediante la integración de los diversos tipos de comunicación, para que sea asimilado naturalmente y por tanto, disminuir tensiones e incrementar la motivación.

Se asume entonces, el enfoque expuesto por Guzmán, al considerar que: “La comunicación social es acción y efecto de comunicar, es el intercambio entre personas tanto de actividad como de conducta en las esferas material y espiritual, es una relación compleja entre conciencias en una cultura. El intercambio de actividad personifica relaciones cognoscitivas, prácticas y valorativas” (2002, p. 54).

Dicho autor refiere, asimismo, un sistema de componentes fundamentales que actúan como núcleo esencial para determinar la presencia de dicho valor en los individuos o en las colectividades. Si bien reconoce un núcleo, enfatiza en la existencia de otros elementos que contribuyen a la formación y desarrollo de este valor, como son:

- Hacer uso del derecho de expresión y cumplir el deber de saber escuchar.
- Discernir lo esencial en cada acto comunicativo.
- Producir un cambio en el conocimiento, actitud y comportamiento, y aportar a la vez al interlocutor elementos nuevos, desconocidos para su actividad y su vida.
- Expresar lo que se siente, lo que se piensa y en correspondencia con ello, en un determinado comportamiento.

- Mostrar respeto entre los interlocutores para establecer relaciones interpersonales adecuadas.
- Propiciar un enriquecimiento espiritual al interactuar personas con diferentes opiniones, puntos de análisis y formación.
- Dominar los recursos de la comunicación y adecuarlos a cada entorno donde se desempeñe.

De este modo, la comunicación permite conocernos mutuamente, mostrarnos y demostrarnos de maneras diferentes, sin perder autenticidad. Desde esta perspectiva nos revelamos como pensamiento y acción, como sentimiento y memoria, como imagen e imaginario.

Comprender la comunicación asociada a la permanente transmisión y recepción de valores, actitudes, acciones e ideas, permite crecer y desarrollarse como grupos y organizaciones que tienen la firme convicción de superar las adversidades, los comportamientos indeseados y de alcanzar más dignidad en favor de la vida.

Todo comportamiento es una forma de comunicación. Como no existe una forma contraria al comportamiento, es decir, el “no-comportamiento”, tampoco existe la “no-comunicación”. Por eso, en todos los ámbitos de la vida personal y social es imposible no comunicar.

El proceso de comunicación se realiza en el marco de las experiencias previas y de la cultura, donde se perciben y generan conclusiones de los procesos asociados a ella en los que los seres humanos participa. Este procesamiento ofrece como resultado lo que se piensa y se siente con respecto a algo, esa “imagen” es la construcción que se ejecuta y la que motiva nuestras acciones.

Con el concurso de la comunicación se pueden desarrollar actitudes y valores, como: la construcción de consenso, aumento de participación, desarrollo de la implicación, el compromiso social y político, fortalecimiento de la identidad y el sentimiento de pertenencia.

La comunicación es sobre todo la acción recíproca de transmitir y recepcionar conocimientos culturales, para que interactúen en perfecta relación y armonía todos los factores que intervienen en el acto ejecutorio. En ello median los códigos comunicativos, como las relaciones interpersonales entre el emisor y los receptores públicos, mediante la creación de valores identitarios y patrióticos.

La cultura e identidad proporcionan a cada pueblo un sello inconfundible de valores espirituales y materiales, desde el plano de valores supremos. La comunicación es un acto liberador que condiciona la recuperación de su propio destino, la libertad con todas sus dimensiones humanas.

El tratamiento a la problemática de los valores con un enfoque singular aparece genialmente reflejado en el pensamiento crítico de Martí, quien en su visión acerca del hombre y sus valores consideraba que: “(...) han de coincidir en un haz la espiritualidad y el sentido de identidad, de manera que el hombre sea

capaz de obrar con espíritu creador y dignidad, en correspondencia con su realidad” (1975, p. 322).

Un estudio crítico de su obra y de otros autores que valoran su contribución a la formación axiológica de los cubanos en todas las épocas, permite resumir su concepción acerca del valor sobre la base del bien, la belleza y la verdad, así como sus mediaciones: dignidad, decoro, amor, libertad, honradez, entre otros, los cuales constituyen condicionantes para valorar sujetos, actuaciones y procesos.

Los referentes valorativos se presentan como signos reales capaces de ensancharse en el proceso histórico cultural de interacción del hombre con la naturaleza. En nuestros días se conocen como valores intangibles aquellos que singularizan servicios y productos, como: la identidad, la cultura en grupos, clases, instituciones, la imagen, y propiamente, la comunicación. Tales valoraciones se constituyen en punto de partida para justipreciar al valor comunicativo como recurso cultural.

Los significados, sentidos, signos y símbolos del sistema cultural como un paradigma del sistema social mantienen sus pautas gracias a la socialización. La cultura no material consiste en costumbres, normas, valores, imagen, identidad y comunicación. Al decir de Costa, la imagen es:

Un instrumento estratégico de primer orden y un valor diferenciado y duradero que se acumula en la memoria social de manera perdurable; es un supervalor que se impone más allá de la variabilidad de los productos y servicios, a los que al propio tiempo ampara. Es así mismo, un valor global agregado que recubre y trasciende todas las realizaciones, producciones y comunicaciones, a los que provee de identidad, personalidad y significados propios exclusivos. (citado en Trelles, 2001, p. 4)

Así, la imagen es también comportamiento, por lo que incluye al total de percepciones e interrelaciones de pensamiento que cada persona asocia a una estructura social, una institución. La contextualización de formas simbólicas implica un complejo proceso de valoración, evaluación y conflicto, desde donde promover la participación en los procesos de construcción de significados compartidos y oponer una respuesta fortalecedora de nuestra identidad y nuestra cultura, frente a la estandarización de valores que la globalización tiende a imponer.

Por tanto, atribuir a la comunicación el calificativo de recurso cultural obliga a evaluar un conjunto de criterios recogidos en artículos y normativas para la conservación del patrimonio cultural, aunque en su mayoría, a juicio de los autores de este artículo, los que utilizan el referido calificativo se lo imputan a paisajes, yacimientos, sitios, estructuras y materiales culturales como fenómenos aislados o en conexión. Otros, por su parte, dejan espacio a la intencionalidad de demostrar por qué el valor comunicativo es un recurso cultural.

La idea de recurso puede entenderse en varios sentidos: recursos para otros fines, estrategias en distintos sectores de la vida contemporánea, el uso de la alta cultura: el museo u otros centros culturales relevantes, como beneficio del desarrollo urbano, patrimonios nacionales para el consumo turístico, lugares históricos convertidos en parques temáticos, entre otros.

Según plantea la UNESCO en la Declaración de México de 1982, “los recursos culturales son los bienes que han sido apreciados, elaborados o transformados por la actividad o el conocimiento humanos” (1982, p. 5).

Para designar los recursos culturales se debe tener en cuenta los principios del valor histórico, que comprende no solo cualidades físicas, sino también sus atributos asociativos, simbólicos y significativos. A la vez, favorecen la conservación y difusión mediante el conocimiento de la cultura que representan y su significado social.

Por tanto, se asume en este estudio como recurso cultural todo vestigio de la actividad humana que constituya evidencia de la diversidad y variabilidad de las acciones y relaciones, ya sea individual o social, así como sus interrelaciones con la naturaleza en una perspectiva espacial y temporal. Ellos están íntimamente relacionados con la historia del pueblo y con su creación.

Son valiosas en este sentido, las siguientes ideas:

(...) en la actualidad es casi imposible encontrar declaraciones que no echen mano del arte y la cultura como recurso, sea para mejorar las condiciones sociales como sucede en la creación de la tolerancia multicultural y en la participación cívica a través de la defensa de la ciudadanía cultural y de los derechos culturales (...), sea para estimular el crecimiento económico mediante el desarrollo de proyectos de desarrollo cultural (...) (Yúdice, 2006, pp. 12-13)

Este autor considera más conveniente abordar el tema de la cultura como un recurso en esta época, caracterizada por la rápida globalización. Además, enfatiza en el uso creciente de ella como instrumento para el mejoramiento social, político, económico y de participación progresiva en una era signada por compromisos y conflictos. De igual modo, connota los razonamientos de Foucault quien postula una ética fundada en la práctica contraria al utilitarismo. En su noción del cuidado de sí mismo, subraya el papel activo desempeñado por el sujeto en el propio proceso de su construcción.

Puede deducirse, por tanto, que existe compatibilidad entre la noción del cuidado de sí mismo de Foucault y la performatividad, que como concepción defiende Yúdice, pues se identifica con su visión ética que admite una práctica reflexiva del automanejo frente a los modelos impuestos por una sociedad o una formación cultural dada. Igualmente, estima que quien practica el cuidado de sí, debe también forjar su libertad, trabajar mediante los modelos que encuentra en la cultura y que les son propuestos, sugeridos, impuestos por su cultura, su sociedad y el grupo social.

Su concepción sobre la performatividad es entendida como el modo en que se practica cada vez más lo social, al plantear que: “El recurso de la cultura sustenta la performatividad en cuanto a lógica fundamental de la vida social de hoy” (Yúdice, 2006, p. 32). Ofrece así, argumentos para sustentar la concepción que se defiende acerca de la cultura como recurso y de sus componentes, entre los que significa, cómo la globalización acelera la transformación de todo en recurso. Esto representa la aparición de una nueva episteme, manifiesta en los modos en que tiene lugar hoy la relación entre el pensamiento y el mundo.

Por último, incorpora otro elemento a la periodización de Foucault, al proponer una cuarta episteme basada en la relación entre las palabras y el mundo que se inspira en las anteriores: semejanzas, representación e historicidad, y las recombina de tal modo que den cuenta de la fuerza constructiva de los signos.

Tales posicionamientos permiten reconocer que el valor de un recurso cultural estará dado en atención a su contexto de asociación, por lo que se consideran como recurso, tanto la totalidad de él, como sus partes constitutivas, naturales y culturales. De esta manera, la relación entre el pensamiento, su forma de expresarlo y el mundo, deben contemplar los diversos valores vinculados con el recurso cultural: histórico, científico, social, comunicativo, simbólico, estético, educativo, económico, entre otros.

El valor comunicativo sirve de base a toda interacción social, pues es en la dinámica comunicativa entre las personas donde se manifiesta la cultura como principio organizador de la experiencia humana. Esta última encierra todas las formas y expresiones de una sociedad determinada, incluye costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestimenta, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias.

Se concluye que, se puede atribuir el calificativo de recurso cultural a todos los atributos que reflejan lo universal de la condición humana. Al respecto se reconocen la facultad de la memoria, la historia, el patrimonio, las tradiciones, la creación artística y el sistema de valores como elementos dinámicos e integrados, resultantes de los procesos de socialización, aunque ellos no son objetos de estudio en el presente artículo.

Se concibe desde una visión propia, el valor comunicativo como recurso cultural, en tanto favorece la elevación del ser humano a un estadio superior, en el sentido de que, entre otros elementos:

- Potencia el desarrollo de una persona autónoma, creativa, consciente, pertinente, responsable y comprometida con su entorno social y cultural.
- Permite la confrontación de una identidad propia del contorno universal, nacional, abierta al desarrollo de la plenitud de la esencia humana.
- Propicia la interacción activa del sujeto con sus condiciones materiales y espirituales de existencia en su hacer cotidiano.

- Revela las contradicciones reales y de elaboraciones conscientes e inconscientes en el entramado social en toda su complejidad.
- Da sentido a las potencialidades del hombre enmarcadas en el contexto de una estructura de relaciones, valores y normas sociales, propiciatorias de su despliegue.

Estos argumentos cimientan su contextualización hacia la práctica de la gestión de los cuadros sindicales, por cuanto el valor comunicativo media toda interacción de estos con sus subordinados, manifiesto en la cultura como principio organizador en calidad de recurso e instrumento transformador de las acciones y relaciones que se establecen en el referido espacio.

CONCLUSIONES

De manera general, en este artículo se pudo apreciar que cultura y comunicación como elementos fundamentales de la praxis del desarrollo, configuran un sistema teórico para la explicación del proceso de construcción de conocimientos, a la vez, que espacios estratégicos en las mediaciones socioculturales, a favor de la apertura a los procesos de interacción social y reconstrucción cultural. Además, son una alianza única generadora de creación y pensamiento crítico.

En este sentido, la comunicación asociada a la transmisión y recepción de valores, permite crecer y desarrollarse como grupos y organizaciones, superar adversidades, comportamientos indeseados, alcanzar la dignidad, desarrollar actitudes y valores, como: la construcción de consenso, aumento de participación, desarrollo de la implicación, compromiso socio-político. Además, fortalece la identidad y el sentimiento de pertenencia. Como recurso cultural refleja la interacción comunicativa, ya que encierra todas las formas, expresiones, información y habilidades que poseen los seres humanos al hacerlos más racionales, críticos y éticamente comprometidos.

Por tanto, la visión de la comunicación como valor en estrecha relación con el recurso cultural, enfatiza en su vinculación con la capacidad de construcción de símbolos y valores. A la vez, ofrece la posibilidad de la interiorización de conocimientos e incorporación de habilidades, resultado de la cultura, que tributan al desarrollo social.

BIBLIOGRAFÍA

Alonso, M. M. y Saladrigas, H. (2006). Teoría de la comunicación. Una introducción a su estudio, La Habana: Pablo de la Torriente Brau.

Amaya, C. (2008). Gestión de Mercadotecnia en el Arte. La Habana: Ediciones Logos. Ediciones Unión.

Asuero, A. (2013). Los principales problemas derivados de una mala comunicación interna en las empresas (en línea). Disponible en:

<http://www.zyncro.com/es/resources/whitepapers>. (Consultado el 15-11-2014)

Batista, M. (2012). Comunicación y lenguaje en la actividad docente educativa. INNOVACIÓN TECNOLÓGICA.

Batista, M. (2013). La comunicación, habilidad indispensable en el estudiante universitario. DIDASCALIA.

Bustamante, E. (2006). Diversidad en la era digital: la cooperación iberoamericana cultural y comunicativa (en línea). Disponible en: <http://www.oei.es/pensariberoamerica>. (Consultado 15/3/2015)

Cano, G. (2010). Estrategia de comunicación para potenciar la cultura organizacional en la FCSH de la Universidad de las Tunas (tesis). Las Tunas. Cuba.

Corominas, J. (1995). Breve Diccionario Etimológico de la Lengua Castellana.

Cortés, J. J. (2005). Cultura y comunicación como praxis para el desarrollo. Universidad de Sevilla. España.

Freire, P. (2002). Pedagogía del oprimido. Madrid: Siglo XXI.

García, P. (2014). Cultura y comunicación. Una perspectiva relacional (en línea). Disponible en: <http://www.unav.es/communication-society/es/articulo.php>. (Consultado 8-11-2014)

Gelis, P. (2010). La comunicación organizacional, un gran reto para los cuadros sindicales. La Habana.

Guzmán, C. (2003). Los valores y la comunidad. Taller Internacional de Trabajo Comunitario y Rural. Centro Universitario de Las Tunas.

Guzmán, C. (2005). Aproximación a una metodología para la formación de valores en la comunidad universitaria. Taller Internacional de Trabajo Comunitario y Rural. Centro Universitario de Las Tunas.

Guzmán, C. (2005). Los valores compartidos en la transformación de la comunidad universitaria. Taller Internacional de Trabajo Comunitario y Rural. Centro Universitario de Las Tunas.

Guzmán, C. (2009). Modelo pedagógico para la formación sociohumanista del ingeniero agrónomo (tesis doctoral inédita). Universidad "Vladimir Ilich Lenin". Las Tunas, Cuba.

La O, Y., La O, I., Leal, M. y Ramos, E. (2011). Comunicación y cultura, un binomio necesario. En Contribuciones a las Ciencias Sociales (pp. 1-5).

López, L. (2004). El saber ético de ayer a hoy, t. I, II. La Habana: Félix Varela.

Macías, R. (2003). Conferencias sobre Estudios Culturales de Comunidades. Documento en soporte digital.

Macías, R. (2012). Los estudios culturales. Postura epistemológica. Documento en soporte digital.

Macías, R. (2014). El trabajo sociocultural comunitario. Fundamentos epistemológicos, metodológicos y prácticos para su realización. Las Tunas: Editorial Académica Universitaria.

Martín, J. (2001). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Barcelona: Gustavo Gili.

Trelles, I. (2001). Comunicación y cultura organizacional: Entramados e interrelaciones. ESPACIO (5), p. 4. La Habana.

UNESCO. (1982). Sobre Recursos Culturales. Declaración de México.

Véliz, F. (2014). Ofrezcamos diálogo, no espectáculo. COMUNICACIÓN Y CULTURA, p. 1.

Yúdice, G. (2006). El recurso de la Cultura. En: USOS DE LA CULTURA EN LA ERA GLOBAL (pp. 12-13).

