



EDITORIAL

Más que Comunicación, Cultura

***More than Communication, Culture
Mais que Comunicação, Cultura***

Cecilia Ugalde

Escuela de Comunicación
Universidad del Azuay

cugalde@uazuay.edu.ec
orcid.org/0000-0001-7716-6023

Resumen:

La comunicación va más allá de los medios y mensajes, nos ayuda a dar forma a las relaciones sociales a través de las cuales damos sentido a nuestra realidad y cultura. Intentamos dar espacio a la creatividad y a áreas diversas de la comunicación y la cultura, incluyendo en la temática espacios y voces con frecuencia postergados.

PALABRAS CLAVE

Comunicación, Cultura, Creatividad, Realidad.

Abstract:

Communication goes beyond media and messages. It helps us to shape the social relationships through which we give meaning to our reality and culture. We tried to give space to creativity and di-

verse areas of communication and culture, including subjects and voices frequently delayed.

KEYWORDS

Communication, Culture, Creativity, Reality.

Resumo:

A comunicação vai além da mídia e das mensagens, nos ajuda a moldar as relações sociais através das quais damos sentido à nossa realidade e cultura. Tentamos dar espaço à criatividade e diversas áreas de comunicação e cultura, incluindo espaços e vozes frequentemente atrasados no assunto.

PALAVRAS-CHAVE

Comunicação, Cultura, Criatividade, Realidade.

Hace algo más de tres décadas Jesús Martín Barbero (1989) hablaba de la necesidad del desplazamiento del concepto de comunicación al concepto de cultura, de pasar de un concepto de comunicación atrapado en la problemática de los medios, canales y mensajes, a un concepto de cultura en un sentido más antropológico que nos permita pensar los nuevos procesos de socialización. Procesos a través de los cuales se reproduce la sociedad con sus códigos de percepción, valoración y producción simbólica de la realidad, y que nos permiten pensar los procesos de comunicación desde los problemas y operaciones del intercambio social, desde sus matrices de identidad y los conflictos que articulan la cultura (Martín-Barbero, 1989), una cultura vista como una fuerza motriz de la sociedad y la economía. Por su parte Bustamante (2008) nos lleva a buscar una expansión de la comunicación y la cultura,

(...) que lleve consigo una democratización cultural e informativa no sólo de la capacidad de elección del consumidor (sobre mercancías distintas), sino también del auténtico pluralismo ciudadano, que se basa necesariamente sobre máxima diversidad de voces creativas y de expresiones de valores de la vida social (ideología) accesibles a toda la sociedad. (p. 24)

Mientras que Carey (2008), sostiene que la comunicación no es meramente la transmisión de información, sino que, recordando el vínculo entre comunicación y comunidad, amplía su definición al incluir la capacidad de unir a la gente, lo que es cultura. Así, la comunicación no puede reducirse únicamente al intercambio simbólico porque también incluye las dimensiones materiales, emocionales y afectivas que dan forma a cómo se comparte y transforma el significado a lo largo del tiempo y el espacio.

En resumen, la cultura no es un epifenómeno de valores y normas que dan forma al comportamiento humano, sino que se enreda y se representa a través de diferentes estados de ánimo, creencias, deseos y prácticas a través de los cuales se impone el orden al caos y la incertidumbre (Blue, 2019).

Este monográfico 18 de *Obra Digital* nos demuestra con claridad que el desplazamiento al que Martín-Barbero (1989) hace referencia, se ha dado, y que lejos de estar atrapados en la comunicación como una problemática netamente mediática, pensamos en la cultura con sus procesos de socialización y códigos en un sentido más amplio, tanto así que nuestro primer artículo toma como tema principal a los juegos digitales educativos, sobre lo que Sánchez i Peris (2015) comentó:

La utilización de las metodologías del juego para “trabajos serios” es un excelente modo de incrementar la concentración, el esfuerzo y la motivación fundamentada en el reconocimiento, el logro, la competencia, la colaboración, la autoexpresión y todas las potencialidades educativas compartidas por las actividades lúdicas. (p. 13)

Así también, dentro de estos “trabajos serios” para los que se utiliza la metodología del juego, presentamos un análisis sobre género, tecnología y video games. Por otra parte, el artículo que publicamos sobre cultura, patrimonio y turismo como campos de estudio para la comunicación, nos presenta una revisión sistemática de la literatura hispánica reciente, que nos permite observar el aumento en la investigación y publicación de temas sobre esta área. La literatura también está presente en el artículo sobre la representación de la mujer como sujeto histórico cultural en dos obras literarias: No

me agarran viva de Claribel Alegría y Darwin J. Flakoll; y la mujer habitada, de Gioconda Belli. Por otro lado, la tradición oral de algunos grupos de la Amazonía en esta era de globalización se abordan en un artículo que nos llega desde la República Checa, destacando los peligros en el que se encuentran y destacando la importancia de su conservación como parte fundamental de una riqueza cultural que pertenece al planeta.

La creatividad puesta al servicio de los más vulnerables queda de manifiesto en el artículo sobre la innovación pensada como resistencia en el diseño: un giro en el concepto en contraste con las directrices del Manual de Oslo; artículo que presenta un caso de diseño, un tipo de sandalia de tamaño ajustable diseñada para niños que viven en la pobreza extrema. Finalmente, nuestra sección miscelánea, presenta dos artículos que les invitamos a leer, uno sobre el fact checking universitario al debate presidencial en Chile 2017, y otro sobre una caracterización de los programas de maestría en matemáticas en Brasil.

Así pues, este monográfico sobre “Comunicación y Cultura”, correspondiente a los meses de febrero – agosto 2020, presenta ocho artículos enviados desde cinco países (Portugal, República Checa, Estados Unidos, Brasil y Chile), publicados en su versión original en portugués, castellano e inglés, además de una versión completa en inglés para mayor alcance y difusión, una pequeña ventana a todo aquello que la comunicación y la cultura como temas íntimamente ligados nos presentan en la actualidad, esperamos los disfruten.

Referencias

Blue, G. (2019). Science communication is culture: foregrounding ritual in the public communication of science. *Science Communication*, 41(2), 243-253. doi: 10.1177/1075547018816456

Bustamante, E. (2008). *Comunicación y cultura en la era digital: industrias, mercados y diversidad en España* (Vol. 24). Editorial Gedisa.

Carey, J. W. (2008). *Communication as culture, revised edition: Essays on media and society*. Routledge.

Martín Barbero, J. (1989). Comunicación y cultura. *Telos*, 19, 21-26.

Sánchez i Peris, F. J. (2015). Gamificación. *Education in the Knowledge Society*, 16(2), 13-15.