

Campos de reflexión sobre el concepto de cultura

Por Othón Téllez

www.othontellez.com.mx

Múltiples definiciones de cultura son las que tenemos presentes en las últimas décadas; en todas ellas el concepto de totalidad está presente: todo es cultura. El avance del pensamiento del siglo pasado permitió contar en gran medida con definiciones antropológicas, filosóficas, sociales, económicas, por mencionar las más importantes, además de los enfoques multidisciplinarios. En esa vertiginosa redefinición del concepto, a su vez se generan diversas interpretaciones, nos vamos apropiando del concepto con base en nuestra experiencia y planteamientos teóricos. El concepto de cultura como totalidad provoca incertidumbre en el promotor cultural poniéndolo de frente ante el compromiso de ser el impulsor de un concepto totalitario, donde toda acción humana entra en el cajón del sastre cultural.

Surge la necesidad de limitar campos de acción propios del gestor cultural, del promotor, del hacedor de cultura, del artista, de la familia como entidad de preservación cultural. Pretenderé en esta reflexión precisar dichos campos y limitarlos con prudencia para acercarnos a una definición paradójicamente más abierta que permita a los múltiples lectores apropiarla en su acción cultural cotidiana.

En torno al concepto de cultura, la Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales (MONDIACULT), realizada en 1982 en México, arrojó una de las definiciones que estableció un vínculo irrevocable entre cultura y desarrollo, adoptada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO):

La cultura (...) puede considerarse (...) como el conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales inherentes al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias. (UNESCO, 1982).

Como todas las definiciones, en algunos aspectos estaremos de acuerdo y en otros diferiremos; sin embargo, la definición me permite introducir el análisis que realizaremos sobre los campos de acción de la cultura en esa eterna relación del individuo y su entorno natural. En los terrenos sensibles y racionales, en los tangibles e intangibles, el ser humano se relaciona permanentemente con su ámbito natural, con la precisión de su hábitat, de su entorno ecológico, de la estética natural y cotidiana de lo que en el seno del grupo social se preserva.

La relación genera productos tangibles e intangibles que a lo largo del tiempo y del espacio conservan los rasgos distintivos del grupo social, identifican significaciones propias. Productos que además informan, que llevan en la idea o en el objeto una carga valiosa de información que permite a generaciones futuras comprender parte de los valores que se defienden por el grupo social responsable del proceso de la producción cultural. Analizando el cuadro adjunto (Diagrama 1) esa serie de productos la encerramos para fines de nuestro estudio en el ámbito reconocido como el propio de las culturas, múltiples como es sabido, y por ello, es imposible enumerarlas; como ejemplo citamos un elemento triádico general: las científicas, las tecnológicas y las artísticas. Ahora bien, centremos nuestra atención en la información que se desprende de los productos culturales; obviamente, la información científica nos la proporciona en gran medida la cultura del mismo nombre, pero también es necesario aclarar qué otra parte de la información propia del campo científico puede estar proporcionada en los objetos tecnológicos y artísticos. Así, la contemplación de una estela maya permite al espectador recibir información y reflexionar sobre múltiples disciplinas: astrología, teología, estética, arte, tecnología, ciencia, en fin, las múltiples lecturas que el propio producto cultural genera con relación a su consumidor cultural.

El estudio del análisis de la información estética proporcionada por los productos culturales, descubre la forma en que los objetos cotidianos, el arte, la ciencia, la tecnología —y en sentido estricto, todos los productos culturales tangibles e intangibles— reportan un aspecto de la información estética de nuestra humanidad; así, si observamos con detenimiento la silla en la que nos sentamos, el objeto silla cuenta con constantes armónicas características del estilo correspondiente, además de los materiales y tecnologías propias del entorno cultural del momento en el que fue realizada la silla.

El producto cultural, más allá del arte, las artesanías y los diseños, genera una información estética en la ciencia, en la tecnología, en la religión, en la política, en las manifestaciones culturales diversas, y podemos observar con precisión la forma en que su parte más recóndita presenta un referente a la estética de su momento; en el diseño de muebles y artefactos es evidente cómo la historia de los objetos utilitarios nos permite recobrar la información cultural de los distintos grupos culturales, los cuales nos muestran una infinita y creativa serie de divertimentos estilísticos propios de la estética cultural del grupo social generador del objeto cultural.

Ejemplos hay muchos. Cuando se recorre una de las exposiciones más visitadas, a propósito del morbo que la acompaña, la exhibición de los Instrumentos de Tortura, presentada en diversas sedes del país, la cual reúne armas, artilugios e instrumentos de tormento y de humillación pública, utilizados por las autoridades civiles en los siglos del XVI al XX, el objeto cultural, como elemento que proporciona una información, nos remite a la época, al momento de los procesos penales, a la acción de vigilar y castigar analizada por Foucault con profundidad, pero si además de ello observamos la estética del objeto, encontraremos con sorpresa que también nos proporciona una riqueza de estilos, ornamentos y

procesos técnicos que nos remiten a otros objetos cotidianos del momento histórico. Las similitudes estéticas son constantes en una silla de uso común y un instrumento en forma de silla para la tortura, el uso de los cánones de estilo, la manera de trabajar los materiales a veces es la misma.

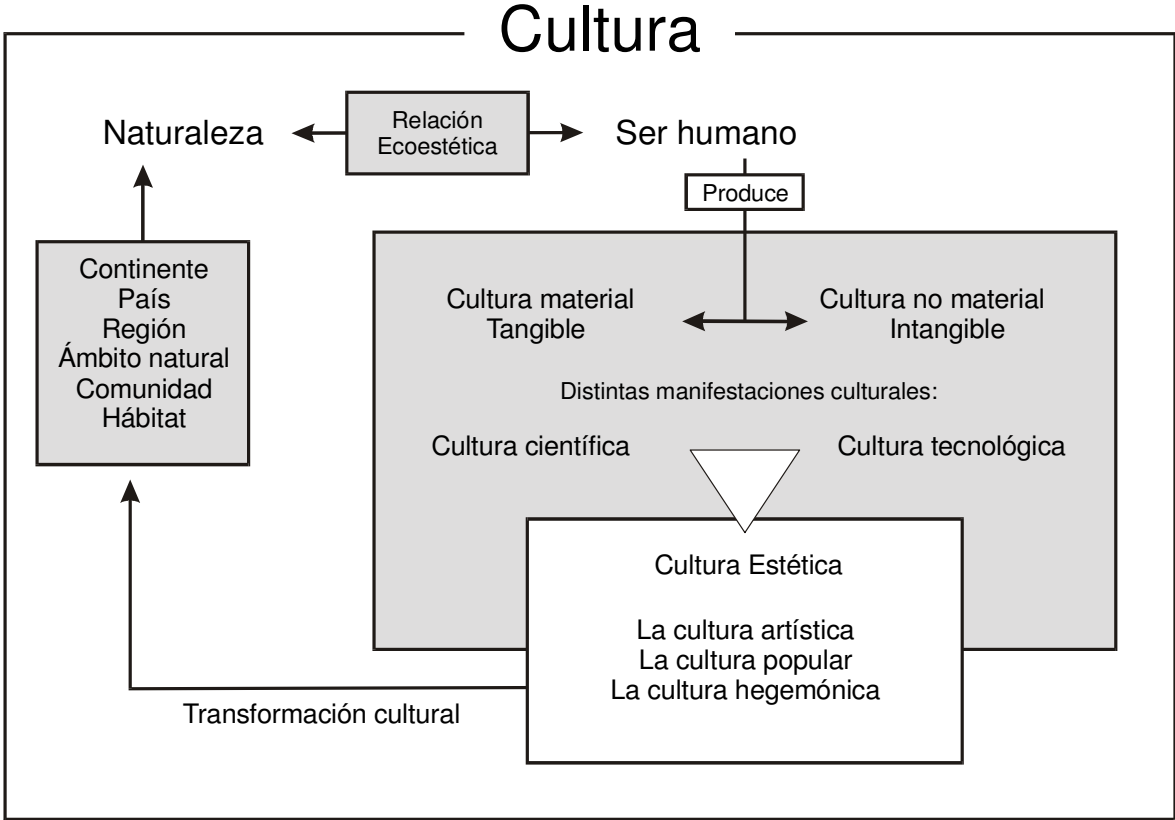


Diagrama 1. Delimitación de la cultura estética

Tomando en cuenta lo anterior, precisemos el campo de lo estético como el territorio de nuestro interés; profundizando ahí, encontraremos en su interior la cultura artística, la cultura popular, la hegemónica, los productos culturales híbridos, es decir, una serie de manifestaciones culturales que enfatizan con mayor alcance la información estética. Como ejemplo tenemos a las artes en todas sus manifestaciones y disciplinas, las tradiciones artesanales, populares, las fiestas, esto es, un infinito de productos culturales propios de la región que fortalecen la identidad estética; baste el ejemplo de la estética en la iconografía de los huicholes, cargada de elementos cósmicos, de color, y su presencia: yusi (dios), masha (venado), tau (sol), metsere (luna), hikuri (peyote) y hiku (maíz), en donde cada uno se entrelaza en una fuente de inspiración para el relato cargado del mundo místico de laberintos, soles, color, lunas, espirales montañas y cosmos en un claro acercamiento teológico desde una muy particular estética que nos permite reconocer sin titubeos la manifestación de la cultura huichol.

En la cultura estética caben todos los productos culturales, siempre y cuando perfilamos el ámbito de aportación estética. En este sentido, el valor de los productos culturales se observa con relación directa a la aportación y contribución que genera en el desarrollo y fortalecimiento de la identidad cultural o, en su caso, a la ruptura que permite la evolución de una manifestación cultural a otra. En el terreno del arte, el ejemplo puede ser claro al citar la contribución a este campo que Marcel Duchamp hiciera en 1917 con su célebre *Fuente*, un mingitorio colocado en un pedestal (así de simple mi descripción), el cual finiquita de una manera apabullante la idea de obra de arte y del creador de esa época. Los caminos hacia nuevas estéticas estaban abiertos. La apertura del pensamiento intelectual encontró un excelente espacio de subversión; la creatividad, imaginación y reflexión filosófica permitieron evolucionar en el siglo pasado de una manera vertiginosa; las manifestaciones artísticas se desarrollaron en todos los terrenos, disciplinas y géneros; el pensamiento estético modificó su materia de estudio, de la búsqueda de la belleza se desplazó a las múltiples e infinitas categorías estéticas, los paradigmas del arte estaban dados.

En el ámbito de la cultura hegemónica, las relaciones con la cultura estética, en particular, nos permiten comprender las acciones de mediatización que tienen los medios ante la sociedad, ¿cuál es la estética que predomina en el consumidor televisivo? Responder esta pregunta es comprender los antagonismos entre una cultura popular y una hegemónica. En ese sentido, la estética dominante es la que día con día nos ofrece la televisión de los grandes monopolios; baste citar cualquier *reality show* que en la actualidad captan la atención de millones de telespectadores, en donde colectivamente se presenta una estética que influirá, sin duda alguna, en la formación del gusto de los consumidores. La reiterada melodía ganadora de un pseudo concurso de talentos juveniles es impuesta en el consumo de radioescuchas y televidentes con campañas apabullantes, que en un corto tiempo genera el gusto por la citada melodía, aunque rompa estructuras armónicas, melódicas y su aportación real a la disciplina musical sea nula o casi nula.

La estética de los consumidores televisivos de los grandes monopolios Televisa y Televisión Azteca es homogénea, los modos de vida son los mismos, las aspiraciones también. La estética se impone como parte de las acciones hegemónicas; baste mencionar lo que significa actuar para la mayoría de los televidentes, y en todos los casos la referencia va ser cercana a la manera de interpretar del actor de moda, por lo general, con clichés, como lo puede ser la sobreactuación melodramática tan vista en cualquier telenovela. Cuando este tipo de espectador-consumidor se enfrenta a otra manera de interpretación dramática, sea a través de la cultura popular o la cultura artística, la diferencia en las maneras interpretativas le serán extrañas a su gusto estético, pues no encontrará acentos estilísticos formados en su gusto por la permanentes horas de consumo televisivo y, por lo tanto, le serán altamente ajenas, manifestando su indiferencia o aversión.

A lo largo de nuestra vida convivimos con una serie de estéticas que nos proporciona la formación del gusto, en la familia, la escuela, nuestros grupos de

interés, nuestros círculos de actividades, entre otros. En nuestra relación con la naturaleza transformamos culturalmente nuestro entorno, nuestro hábitat, nuestro hogar, ejercemos nuestra capacidad de discernimiento en el mejor de los casos y, a su vez, nos convertimos en multiplicadores y reproductores de las estéticas aprendidas. La acción de apropiación estética nos identifica como grupo social, fortalece una identidad de grupo que nos hace distintos a los otros, sea cual fuere nuestra elección estética, la identificación de grupo legitima nuestras acciones, fortalece nuestra presencia como grupo social e impone acciones estéticas. El hogar es prueba de ello, qué productos culturales colgamos en nuestros muros, qué música escuchamos, cómo nos vestimos, cuál es la presencia del color en el espacio interior, qué acción de lectura al interior del hogar se realiza; de estas acciones estéticas y muchas otras más depende la formación del gusto de los que lo habitan. ¿Cuánta información genera y forma estéticamente una imagen religiosa o el típico calendario de los 50 que estuvo colgado en la cocina del hogar? Me refiero a aquellas ilustraciones que Helguera realizara a través de la imprenta Galas de México y que recorrieron hogares de la República Mexicana, aquel que ilustraba la leyenda del Popocatepetl y el Iztaccíhuatl, imagen que generó la visión de nuestros ancestros como indios corpulentos y mujeres voluptuosas haciendo gala a una estética Hollywoodense, escénica, alejada de la realidad étnica y de nuestra antropometría. Ese calendario colgado y observado por los habitantes de la casa por días y días genera información que contribuye, además de formar gustos a la apropiación de cánones estéticos y composicionales que posteriormente se exigirán al observar cualquier otra imagen, sea artística o popular. Que no nos extrañe reconocer que, en gran medida, si en México el hábito de la lectura es casi nulo, se debe a la ausencia de este hábito en el hogar. El hijo nunca ve a su padre o a su madre leyendo, la literatura no tiene cabida en el hogar, la acción estética de leer sólo se reserva al hermano que estudia, como un acto de formación mas no como un acto de entretenimiento. Ejemplos hay muchos de la manera en que las acciones estéticas transforman culturalmente nuestro entorno y a su vez modifican la relación con la naturaleza, pues habitamos una naturaleza ya por otros transformada.

El análisis de la cultura puede darse en distintos campos o áreas de incidencia, en los productos culturales, en las acciones estéticas, en las transformaciones culturales, en un tipo de cultura específico, es decir, una alternativa de espacios en donde la labor del promotor cultural deberá centrarse para el análisis profundo de las condiciones donde se desarrollan los cambios culturales, para lo cual otro factor relevante es el medio ambiente natural y transformado, es decir, la Ecoestética de nuestro medio.

Juan Acha enfatizó el concepto de Ecoestética de la manera siguiente:

La germinación de la cultura estética comienza en el individuo con el aprendizaje sensorial y con la realidad circundante que le imprime a su sensibilidad huellas profundas. La modelación de la cultura estética es ecológica, más que de enseñanzas verbales. ...Cabe, pues, señalar la existencia de toda una ecoestética que moldea la sensibilidad mediante las

siguientes normas: el mundo de los objetos, en el que predominan los artesanales, los artísticos y los diseñados, una demoeología con sus comportamientos y aditamentos corporales; finalmente, un espacio intelectual, que varía de acuerdo con la cultura hegemónica y con la popular, ambas presentes en todas partes, aunque en diferente proporción y nunca en separación tajante. (Acha, 1988, p.31).

La Ecoestética cobra un papel relevante para comprender la pluralidad cultural, si entendemos la función que tiene el poder contar con la bastedad de información estética que nos brinda la conjunción de los productos culturales de la región y el entorno ecológico.

Las manifestaciones ecoestéticas influyen en los individuos, son ellos quienes transforman su medio y son los que conviven con esos cambios; las acciones más simples de percepción son las que nos permiten entender la presencia ecoestética: el gris de las grandes ciudades, el cual no se ve solamente reflejado en la manera en que viste la gente, ni en el medio ambiente plagado de contaminación, sino que también se evidencia en las manifestaciones artísticas, en los productos culturales, en los hábitos culturales; las ciudades grises tienen habitantes grises, en casas grises.

He aquí algunos de los campos para el estudio de la cultura, el cual deberá comprender el hecho de que una definición se queda corta ante la multiplicidad de campos de reflexión que tenemos en torno a la cultura. Hablar de la cultura, en nuestro caso, será el referirnos a la cultura estética, a la aportación de los productos culturales en dicha manifestación, al comprender la forma en que las acciones ecoestéticas influyen en la transformación cultural, a conocer las aportaciones que brindan las expresiones culturales al concepto de estética que adoptemos. Veamos en el concepto cultura la parte correspondiente a los productos culturales para su análisis, utilizando una metodología prestada de la economía, la perspectiva del producto cultural desde su producción, distribución y consumo, el cual explicaré con detalle más adelante.