

# CUANTIFICACIÓN DE CULTURA EN EL CONTEXTO DE LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN<sup>1</sup>

QUANTIFICATION OF CULTURE IN THE CONTEXT OF THE INFORMATION SOCIETY

QUANTIFICAÇÃO DA CULTURA NO CONTEXTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

## Erik José Vera Mercado

Estudiante de Doctorado en Ingeniería- Línea de Gestión Tecnológica, UIS. Máster en Administración USTA; Ingeniero Electrónico UIS; Ingeniero Electricista UIS; erik.vera@correo.uis.edu.co

## Gilberto Carrillo Caicedo

Doctor Ingeniero Industrial, UPCO, Madrid; Master of Engineering, RPI, Troy, New York, USA; Especialista Universitario en Técnicas de Investigación, UPCO, Madrid; Ingeniero Electricista UIS. Profesor Titular Laureado, Universidad Industrial de Santander -UIS, Colombia gilberto@uis.edu.co

## Clara Inés Peña de Carrillo

Postdoctorado en Ingeniería Dirigida por Modelos, Université du Maine, Francia; Doctora en Tecnologías de la Información, Universitat de Girona, España; Especialista Universitaria en Técnicas de Investigación, UPCO, Madrid; DEA en Ingeniería Telemática UPM Madrid; Ingeniera de Sistemas UIS. Funcionaria de la División de Servicios de Información UIS; Docente investigadora Universidad Industrial de Santander -UIS, Colombia clarenes@uis.edu.co

## Julián Andrés Ariza Arias

Ingeniero Electrónico UIS; realizó proyecto de grado sobre la temática julian.ariza@correo.uis.edu.co

## Diego José Acosta Escorcía

Ingeniero Electrónico UIS; realizó proyecto de grado sobre la temática diego.acosta@correo.uis.edu.co

Los autores pertenecen al Grupo de Investigación GISEL Escuela de Ingeniería Eléctrica, Electrónica y Telecomunicaciones - Universidad Industrial de Santander - UIS, Colombia.

- **Clasificación JEL:** M15

## Resumen

La cultura es entendida como un constructo multidimensional que abarca facetas que van desde expresiones artísticas y espirituales hasta valores intelectuales y afectivos que distinguen a una comunidad de otra. Su interpretación ha sido un factor de especial importancia en los últimos años en el escenario mundial para el entendimiento de las relaciones y los fenómenos sociales. Por ello requiere de un modelo que indique las dimensiones que la conforman y que permiten abordar su estudio de forma cuantitativa, para dar soporte a las descripciones cualitativas ampliamente realizadas. Igualmente es necesario agregar a esta interpretación un elemento que surge de reconocer la notable influencia de la información en la sociedad globalizada, de evidenciar

el acelerado avance de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y la creciente dependencia que está creando la humanidad con ellas. Este trabajo presenta un recuento de algunos de los modelos utilizados para la cuantificación de la cultura, con el objetivo de dar soporte a una arquitectura de gobierno electrónico orientado al ciudadano (G2C), basada en estrategias de creación y refinamiento de cultura, mediante el comportamiento ciudadano derivado de criterios de aceptación tecnológica.

## Palabras clave

**Cultura, comunicación, valores culturales, dimensiones culturales, cognición, TIC, sociedad de la información.**

Fecha de recepción: 20 - 11 - 2012

Fecha de aceptación: 27 - 12 - 2012

## Abstract

*Culture is understood as a multidimensional construct which includes facets of artistic and spiritual expressions and intellectual and emotional values as well. The interpretation of culture has been an important factor in recent years to understand the relationships and the phenomena of social issues. This interpretation requires a model which implies the dimensions that make up the culture in order to facilitate their quantitative study and to support the popular qualitative descriptions. It is necessary to consider also the recognition of the remarkable influence of the information in the globalized society and the rapid advancement of the Information and Communication Technologies (ICT) and the increasing dependence of humanity on it. This work presents a recount of some of the models used for culture quantification, with the aim of giving support to an electronic government's architecture (Government to Citizens relationship), based on culture creation and refinement processes by means of the derived citizens behavior from technological acceptance approaches.*

## Keywords

*Culture, communication, cultural values, cultural dimensions, cognition, ICT, information society*

## Resumo

*A cultura é entendida como um conceito multidimensional abrangendo aspectos que vão desde expressões artísticas e espirituais até os valores intelectuais e afetivos que distinguem uma comunidade de outra. Sua interpretação foi um fator particularmente importante nos últimos anos no cenário mundial para a compreensão das relações e fenômenos sociais. Portanto, exige de um modelo que indique as dimensões que a constituem e que permitem enfrentar seu estudo de forma quantitativa, para apoiar as descrições qualitativas amplamente realizadas. Também é necessário adicionar um elemento a essa interpretação proveniente do reconhecimento da influência significativa da informação na sociedade globalizada, de demonstrar a rápida evolução das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) e a dependência crescente que a humanidade está criando com elas. Este trabalho apresenta um resumo de alguns dos modelos usados para a quantificação da cultura, a fim de apoiar uma arquitetura de governo eletrônico orientado para o cidadão (G2C) com base em estratégias de criação e refinamento da cultura, através do comportamento dos cidadãos derivado de critérios de aceitação tecnológica.*

## Palavras-chave

*Cultura, comunicação, valores culturais, dimensões culturais, cognição, TIC, sociedade da informação.*

## Introducción

El concepto de cultura se ha transformado desde el asociado al entorno de organizaciones sociales hasta el más reciente, interrelacionado con el mundo globalizado. Los diversos estudios han cambiado las interpretaciones iniciales de la cultura como características permanentes, únicas e independientes, hasta llegar a considerarlas conceptos difusos con diversos constructos multidimensionales. La cultura ejerce un papel fundamental en los diferentes aspectos de una sociedad, influencia desde la forma como las personas se relacionan (no solo entre ellas mismas, sino también con las organizaciones que las gobiernan), hasta el uso y aprovechamiento de las tecnologías disponibles. Las apuestas por transformaciones sociales están basadas en cambios culturales. Esto hace necesario medir las variables que representan los valores de una cultura, proponer modelos que describan las maneras como se relacionan dichas variables, establecer estrategias para transformar comportamientos, formular

planes sólidos de inmersión cultural y validar el modelado con grupos específicos.

Las experiencias de crecimiento de los países desarrollados están fuertemente relacionadas con el nivel de conocimiento de sus comunidades y con el tipo de tecnología con el que cuentan. América Latina y el Caribe, para reducir las desigualdades y alcanzar un pertinente desarrollo social, económico y político, han identificado la incorporación de las TIC como un proceso que puede ayudar a consolidar los propósitos de progreso. La importancia de afianzar la incorporación de estas tecnologías también la manifiesta la UNESCO, quien entre los objetivos del plan de acción para la aplicación de la Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural, contempla, la lucha contra las desigualdades en materia electrónica (brecha digital) para favorecer el acceso y el dominio de las TIC a los países en vías de desarrollo y así facilitar el acceso y difusión de recursos digitales del orden educativo, cultural y científico, disponibles en el mundo.

Mediante este trabajo se pretende ofrecer una visión detallada del concepto de cultura, sus interpretaciones, la identificación de los valores culturales y de los modelos más destacados para su caracterización, las relaciones de la cultura con la comunicación y finalmente el papel de las TIC en el afianzamiento de la cultura en la sociedad moderna. Los referentes y las conclusiones establecidos servirán de base para dar soporte a una arquitectura de gobierno electrónico orientado al ciudadano, en donde la aceptación tecnológica juega un papel importante para el modelamiento del comportamiento ciudadano y la creación o afianzamiento de la cultura en un país.

## 1. La cultura y sus interpretaciones

El concepto de cultura ha sido estudiado e interpretado por muchos investigadores en diferentes países y en distintas disciplinas. Los esfuerzos por definir cultura fueron realizados inicialmente de forma cualitativa, entonces los resultados se obtenían a través de la observación y se enfocaban en aspectos tales como las tradiciones, los artefactos y el lenguaje de las comunidades.

Una definición clásica en el ámbito de la Antropología la ha dado el reconocido investigador Edward Tylor (1903), quien considera que la cultura es ese todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, la costumbre y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad. La Antropología menciona otros elementos que ofrecen una construcción más global de cultura. Estos pueden indicar que la cultura es aprendida, la cultura es compartida, la cultura es simbólica, la cultura está integrada, la cultura lo abarca todo, etc. (Kottak, 2002).

Otras visiones de la Antropología según Valsiner (2003), consideran la cultura como el conocimiento existente, es decir la acumulación de información a través del tiempo y el conocimiento socialmente compartido, y la conciben como el conjunto de estructuras conceptuales básicas existentes, a partir de las cuales se construye una representación compartida del mundo. Estas estructuras emergen desde la interacción cotidiana entre las personas y el entorno, y son guiadas por las instituciones sociales como las escuelas, los medios de comunicación, las fuerzas militares, etc.

De manera similar, Valsiner (2003) estima que los aportes de la Psicología a la noción de cultura establecen principalmente tres significados: 1) La cultura se ha usado para designar un grupo de personas que están juntas por el valor de algunas características compartidas; 2) La cultura es la organizadora de los sistemas psicológicos de las personas, es decir, la cultura pertenece a cada individuo; 3) La cultura es la forma en que la persona y el entorno están relacionados.

Las investigaciones cuantitativas de cultura aparecen como respuesta a la necesidad de vincularla a contextos diferentes como son: la Antropología, la Arqueología y la Psicología, y contemplarla en áreas de la Ingeniería, la Administración y la Educación. A pesar de que hubo algunos intentos de carácter mundial, para cuantificar cultura, los trabajos de investigación de Geert Hofstede (Hofstede, 1980) despertaron un interés generalizado en la medición de cultura y se le empezó a tomar como referente para estudios posteriores, según apreciaciones de Taras y sus colegas (Taras *et al.*, 2009a).

Los primeros estudios de carácter transcultural aparecieron en Estados Unidos a finales de la década de los cincuenta y mediados de los sesenta. La característica predominante en estos estudios iniciales corresponde a la limitación de la cultura a las fronteras geográficas y la consideraban sinónimo de nación. Al entenderse el marco nacional como una característica permanente y única de un individuo, el constructo cultural se asumió también como único, permanente e independiente. Estas interpretaciones fueron motivadas por las condiciones políticas y económicas que estaba experimentando Estados Unidos durante las décadas de los años sesenta y setenta, debido a la expansión de sus mercados por todo el mundo, lo que creó la necesidad de comprender la interacción con otros contextos (Sánchez *et al.*, 2006).

Hace más de cincuenta años, Kroeber y Kluckhohn (1952) encontraron 164 definiciones diferentes de cultura y concluyeron que no existía una definición universal. En sus trabajos, asumían como sinónimos los límites culturales y nacionales. Las investigaciones posteriores concluían con una consideración independiente al constructo de cultura, manteniendo la relación con el concepto de nación (Sánchez *et al.*, 2006). La interpretación tradicional de la cultura empezó a cuestionarse con los estudios del psicólogo Harry Triandis (Triandis, 2002) al considerarla una noción subjetiva, y establecer una definición general como la parte que el

hombre crea de su entorno. Sus estudios se centraron en elementos de la cultura de las personas como creencias, actitudes, normas, roles y valores. Desde el contexto de las organizaciones, a raíz de la comprensión de que éstas son un sistema plural, heterogéneo y complejo, surgen concepciones de la cultura entendidas como un fenómeno social colectivo, creado más que heredado por los miembros de un grupo. Con base en los trabajos de Kluckhohn y Strodtbeck (1961) y Kroeber y Parsons (1958), Geert Hofstede (2011) definió la cultura como el programa colectivo de la mente que distingue a los miembros de un grupo humano de los miembros de otro grupo.

Las investigaciones de Hofstede *et al.*, (2002) concluyen que existen diferentes maneras para la formación de las culturas; luego objetivamente, una cultura no es superior o inferior que otra. Entre los elementos encontrados para la conceptualización de la cultura, estos autores afirman que a pesar de las diferencias entre las culturas del mundo, todas tienen en común cinco problemas básicos incorporados a la vida social: Identidad, Jerarquía, Género, Verdad y Virtud.

La manera en que un grupo de personas resuelve estos problemas, es lo que daría origen a la cultura. Estos cinco problemas se convirtieron entonces en el punto de referencia de la mayor parte de las investigaciones mundiales en cuantificación de cultura. En su estudio, Taras, Rowney y Steel (2009a), lograron identificar ciertos patrones comunes, que aportaban al concepto de cultura en cada definición:

- La cultura es un complejo constructo multi-dimensional.
- La cultura es compartida entre los individuos pertenecientes a un grupo o sociedad.
- La cultura se forma sobre un periodo relativamente largo.
- La cultura es relativamente estable.

A pesar de la gran cantidad de estudios hechos hasta la fecha, se siguen presentando dificultades en la percepción de la cultura e incertidumbre en sus herramientas de cuantificación. La sección 4 muestra la visión de algunos autores con respecto a la cultura y los modelos que han desarrollado para su caracterización.

## 2. Valores culturales

La cultura puede verse representada en *prácticas culturales* y *valores culturales*. Las primeras ofrecen una descripción predominantemente cualitativa, asociada con rituales, símbolos, expresiones artísticas y lenguajes; mientras que los segundos, dan soporte a las investigaciones cuantitativas y se presume tienen mayor influencia sobre el comportamiento humano (Taras *et al.*, 2009a). Los valores son entendidos como los preceptos básicos que comparten las personas que pertenecen a una misma cultura. Según Schwartz (1992), los valores son concepciones de lo que son los estados o comportamientos deseables que trascienden situaciones concretas; estos guían las conductas y las decisiones que toman los individuos, y están ordenados por importancia relativa. Este mismo autor afirma (Schwartz, 2009), que los valores imperantes en una comunidad pueden constituir los rasgos centrales de su cultura y dar coherencia a las demás manifestaciones.

Según el trabajo publicado en la revista REME, muchos autores están de acuerdo en que los valores compartidos juegan un papel fundamental en el funcionamiento psicológico de las personas y aquellos que son más importantes se reflejan en las conductas colectivas de sus miembros. Los valores se han convertido en el elemento central de las investigaciones culturales. Ha sido ampliamente aceptado que medir estos valores puede ofrecer información valiosa a la hora de encontrar semejanzas y diferencias entre las personas que pertenecen a distintos contextos culturales (Hills, 2002). Los valores estudiados para cuantificar cultura varían según el campo de investigación. Así, el interés puede centrarse en aquellos relacionados con el trabajo para investigadores en administración, o los relacionados con las actitudes hacia problemas políticos y sociales para el campo de la Sociología y la Psicología Social (Taras *et al.*, 2009a).

Algunos tipos de valores parecen no estar relacionados con cultura, sino ser determinados por la personalidad, las experiencias o las emociones; es por esto que se debe tener precaución al establecer los límites y el papel de la cultura en el individuo o el del individuo en la cultura. El comportamiento de una persona que actúe de acuerdo con las reglas culturales del grupo al que pertenece, puede ser asociado a rasgos de su personalidad (Taras *et al.*, 2009b).

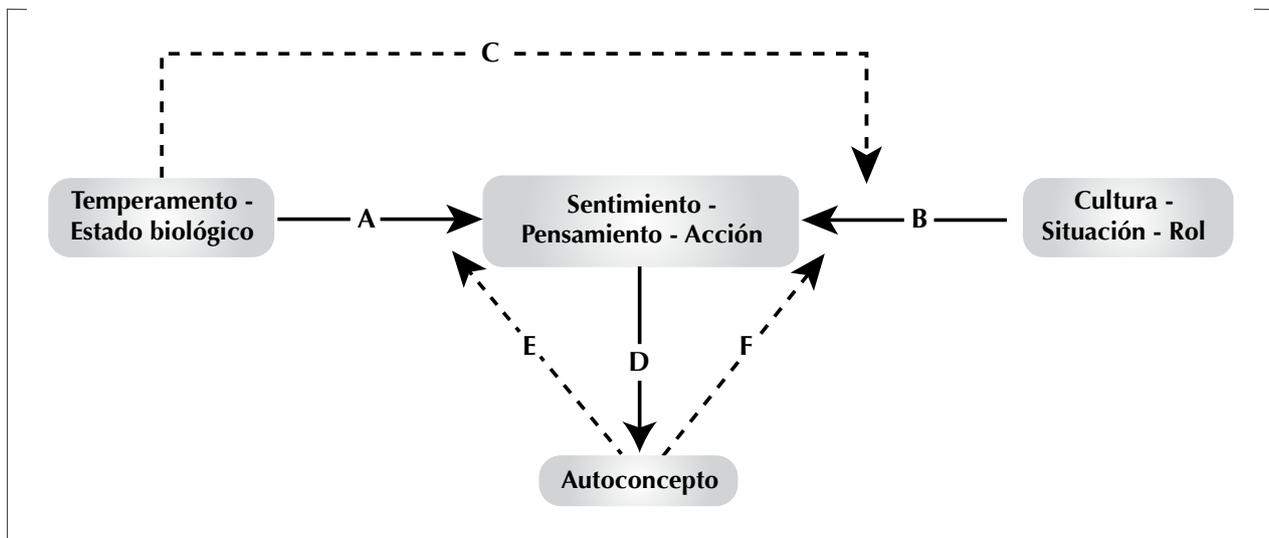
Hofstede *et al.*, (2002) aclaran que la cultura no es equivalente a la personalidad; sin embargo, reconocen que es difícil distinguir entre las actitudes personales y los rasgos culturales. Asumir indistintamente estos constructos puede desencadenar resultados que no se quieran medir, como lo sugieren algunos investigadores que analizaron el proyecto GLOBE<sup>2</sup> (Maseland y Hoorn, 2009) en el cual se encontraron errores marginales. Este proyecto buscaba medir valores de la organización, pero los resultados fueron actitudes hacia la consecución de objetivos personales.

Autores como Gordon Allport (Allport, 1961) evidencian la importancia de relacionar características individuales con la dinámica cultural; y reconocen que sin interesar lo fuertes que sean las necesidades, los temperamentos y los valores de los individuos, la cultura y las situaciones tienen una importante influencia sobre la personalidad, lo que limita el alcance de su expresión conductual. Además, dice que la cultura puede ser influenciada por el temperamento y los estados biológicos. La interpretación de Oishi (2004) sobre la teoría de Allport, hace ver la personalidad como un producto de la relación activa entre predisposiciones biológicas y exigencias

culturales. La Figura 1 presenta el modelo adaptado de este contexto donde se evidencia la interacción entre estos dos factores, de acuerdo con la visión del mismo autor.

Allport también supone un cuestionamiento al rumbo que han tomado las investigaciones tradicionales a partir del trabajo de Hofstede, donde por lo general se trata a la cultura como un constructo que no está influenciado por características individuales de los miembros de ella. Esto se enmarca dentro de la teoría del determinismo cultural, la cual ha sido cuestionada al considerarse, como lo interpreta Ziegler (2010), que sus postulados “desafían la existencia de características inherentes a la naturaleza humana, niegan la posibilidad de establecer principios éticos universales y excluyen cualquier pretensión de formular patrones de conducta comunes a la especie”.

Esencialmente, Hofstede creía en la estabilidad cultural extrema, sin embargo Inglehart y Baker (2000), hallaron evidencia de los cambios culturales asociados al desarrollo socioeconómico. A partir de evidencias como ésta, Taras *et al.*, (2009b), concluyen que si la cultura puede cambiar mucho más rápido de lo postulado



Relación A. El carácter y las condiciones biológicas influyen en conductas observables.  
 Relación B. La cultura y la situación también influyen en el comportamiento observable.  
 Relación C. El temperamento puede determinar en una persona el gusto o disgusto hacia las normas culturales a las que está expuesta y de acuerdo con esto definir el grado en el que las interioriza o no.  
 Relación D. Los propios comportamientos y otras reacciones hacia el entorno, dan base al concepto de sí mismo.  
 Relación E y F. El autoconcepto interviene con el contexto cultural y las predisposiciones biológicas, para establecer acciones, pensamientos, etc.

Figura 1. Modelo de Allport

por Hofstede, implica que se deben reconsiderar las suposiciones acerca de su estabilidad extrema, tanto a nivel nacional como individual. La mayoría de los investigadores cuantitativos de cultura asumen las diferentes características como constructos invariantes de los grupos nacionales, lo que favorece establecer diferencias entre grupos de distintos países. Es así como se han determinado comportamientos para diferentes naciones que se han constituido como estereotipos. Sin embargo, dependiendo del aspecto de una dimensión que se quiera medir, las diferencias entre dichas naciones pueden desaparecer o invertirse. De esta manera, la situación o el contexto social influyen en el efecto que tiene la cultura sobre el comportamiento. Las variaciones inter e intra culturales pueden ser entendidas de mejor forma si se tiene en cuenta el contexto (Hong y Mallorie, 2004). En resumen, las investigaciones en cuantificación de cultura centran su atención en valores culturales que son definidos como rasgos básicos de los grupos y que tienen fuerte influencia en el comportamiento de sus miembros.

El enfoque centrado en valores de las investigaciones transculturales, también ha sido criticado porque, para muchos autores, deja de lado otras facetas del complejo concepto que representa la cultura. Aunque Hofstede reconoce que la cultura de ninguna manera se limita a los valores, Taras *et al.*, (2009b) afirman que ellos (los valores), son el único foco de su modelo de cinco factores e instrumentos que existen para cuantificarla. Algunos autores consideran que se debe tener en cuenta el contexto en el que se desarrolla una cultura para entender sus valores presentes; es decir, el enfoque es más antropológico, ya que los estudios netamente centrados en valores buscan conjuntos de los mismos, presentes en todas las culturas y pueden ignorar algunos valores únicos para una comunidad determinada (Watkins y Gnoth, 2011). Para Gelfand *et al.*, (2007), las investigaciones actuales rara vez incluyen estudios sobre las normas y restricciones externas presentes en una sociedad para explicar sus diferencias culturales. Ellos destacan el trabajo de Triandis (1989) en el que se incluye una dimensión conocida como Opresión - Libertad, que hace referencia al grado en el que las normas externas en una sociedad afectan el comportamiento y los valores de sus miembros. Se tiene en cuenta la claridad de las normas y la fortaleza del castigo cuando son incumplidas.

Los estudios en torno a la interpretación y medición de la cultura y los esfuerzos por obtener una definición

más precisa, se hacen cada vez más necesarios. Fenómenos como la globalización, el multiculturalismo, el aumento de las inmigraciones en países desarrollados y la expansión de las fronteras comerciales, demandan herramientas que permitan caracterizar la cultura organizacional, regional o nacional de un grupo.

### 3. Dimensiones culturales

Las dimensiones culturales son los ejes sobre los que se desarrollan los estudios de cultura. Una inquietud corresponde a la determinación de cuántas y cuáles permiten una interpretación de la cultura de un grupo social. Hace alrededor de cincuenta años, el antropólogo Kluckhohn (1962) sostuvo que deberían existir categorías universales de la cultura, según:

En principio... hay un marco general que subyace en los hechos más evidentes y sorprendentes de la relatividad cultural. Todas las culturas constituyen respuestas un tanto distintas a las mismas preguntas planteadas por la biología humana y las generalidades de la situación humana. Los patrones de cada sociedad para la vida deben proporcionar maneras aprobadas y sancionadas para hacer frente a circunstancias tan universales como la existencia de dos sexos, el desamparo de los niños, la satisfacción de las necesidades elementales biológicas tales como alimento, calor y sexo, la presencia de individuos de diferentes edades y capacidades [317,318].

El antropólogo Edward T. Hall (1976), divide las culturas de acuerdo con sus formas de comunicación, en culturas de alto contexto (mucho de la información está implícita) y de bajo contexto (casi todo es explícito). Los sociólogos Shils y Parsons (1976), sugieren que toda acción humana está determinada por cinco variables patrón con elecciones entre pares de alternativas: La afectividad frente a la neutralidad afectiva, la orientación individual frente a la orientación colectiva, el universalismo y el particularismo, la atribución frente a los logros, y la especificidad frente a la dispersabilidad.

Kluckhohn y Strodtbeck (1961), realizaron un estudio de campo en cinco zonas geográficamente cercanas de los Estados Unidos y distinguieron en estas comunidades ciertas orientaciones de valores. Sus premisas

fundamentales fueron: 1. Existe un número limitado de problemas humanos comunes, para los que todas las personas en todos los tiempos deben encontrar alguna solución; 2. Si bien existe una gran variabilidad en las soluciones a todos los problemas, estas no son ni limitadas ni se dan al azar; 3. Todas las alternativas para estas soluciones están presentes en todas las sociedades, en todos los tiempos, pero son diferencialmente preferidas.

Estos mismos autores sugirieron que las soluciones dadas a estos problemas reflejan los valores de una sociedad específica. Consideran que las comunidades se debaten entre los siguientes cuestionamientos: una evaluación de la naturaleza humana (el mal - mixto - el bien), la relación del hombre con su entorno natural (sometimiento - armonía - dominio), la orientación en el tiempo (pasado - presente - futuro), la orientación hacia la actividad (ser - estar en llegar a ser - hacer), las relaciones entre las personas (linealidad o jerarquías - colateralidad o relaciones grupales - individualismo). Estas clasificaciones se han extrapolado para todo tipo de comparaciones sociales, sin tener mucha consideración con las limitaciones geográficas.

Otras dimensiones de la cultura a partir de las que se pueden diferenciar las sociedades también fueron sugeridas por Schwartz (1999). Estas dimensiones están relacionadas con una serie de problemas básicos que deben abordar y resolver los individuos en cada sociedad. Entre ellas están: Conservadurismo/autonomía, jerarquía/igualitarismo y dominio/armonía. A partir de una base de datos con más de 30.000 encuestas, Trompenaars y Hampden-Turner (1997), identificaron tres tipos de problemas básicos (Relación con los demás, tiempo y medio ambiente) representados en un conjunto de siete dimensiones diferentes: *Universalismo vs particularismo (reglas vs relaciones)*, *individualismo vs comunitarismo (individuo vs grupo)*, *logro vs adscripción*, *neutro vs afectivo*, *específico vs difuso*, *relación hombre naturaleza (control interno vs externo)* y *relación hombre tiempo*.

Los cinco problemas básicos a los que se enfrentan todas las sociedades representan el modelo de cinco dimensiones para la cuantificación de la cultura propuesto por Hofstede *et al.*, (2002). Las dimensiones consideradas son: *individualismo vs colectivismo*, *distanciamiento al poder*, *masculinidad vs feminidad*, *tolerancia a la incertidumbre* y *orientación a largo plazo vs orientación a corto plazo*.

Estos autores representan cada una de las dimensiones mencionadas con características comúnmente observables en las sociedades, y muestran las diferencias existentes entre los dos polos de cada una de ellas. Por ejemplo:

**Masculinidad:** Muy marcado el rol emocional y social entre los géneros, el trabajo prevalece sobre la familia, pocas mujeres son elegidas en puestos políticos.

**Feminidad:** No está muy definido el rol emocional y social entre los géneros, hay equilibrio entre la familia y el trabajo, muchas mujeres son elegidas en puestos políticos.

Las investigaciones en cuantificación de cultura tomaron especial interés a partir del trabajo de estos autores y han sido dominantes por diferentes razones (Yoo *et al.*, 2011): en primer lugar las dimensiones han sido ampliadas con importantes conceptualizaciones de la cultura, desarrolladas a través de las décadas. Según ellos, a partir de una revisión profunda de la literatura se han encontrado muchas similitudes entre las diferentes tipologías de la cultura y los elementos integrados en estas dimensiones. En segundo lugar, estas dimensiones superaron muchos otros constructos que se habían mantenido en la etapa de conceptualización, porque fueron desarrolladas empíricamente. Las dimensiones culturales se fundamentaron en una encuesta entre alrededor de 100.000 empleados de la IBM aplicada en 66 países. En tercer lugar, gran cantidad de investigadores han replicado el modelo de Hofstede, y hallan que es la teoría más importante en cuantificación de cultura.

## 4. Modelos más destacados en la caracterización de valores culturales

A partir de la revisión de la literatura, se identificaron nueve modelos destacados en la caracterización de valores culturales. A continuación se presenta la definición de cultura de cada autor y la descripción de las dimensiones propuestas.

### 4.1 HARRY CHARALAMBOS TRIANDIS (Triandis *et al.*, 1998)

**Definición de cultura:** Es la parte que el hombre elabora de su entorno.

## DIMENSIONES PARA CARACTERIZAR CULTURA

**Complejidad cultural:** La ecología y la historia de una sociedad determinan el grado de complejidad y el número de ocupaciones. Las sociedades que subsisten de la caza y la recolección tienden a ser simples; las sociedades agrícolas tienden a ser algo complejas; las sociedades industriales son más complejas y las sociedades de la información son las más complejas.

**Culturas oprimidas y libres:** Hace referencia al grado en que las normas externas de una sociedad afectan el comportamiento y los valores de sus miembros, teniendo en cuenta que tan fuertes son las normas y qué tan duro es el castigo cuando se incumplén.

**Individualismo y colectivismo:** En las culturas individualistas, las personas están distanciadas de sus grupos y hacen énfasis en la autosuficiencia, la independencia, la riqueza, el placer y la búsqueda de felicidad. En las culturas colectivistas las personas tienden a preocuparse por los resultados que sus acciones tienen sobre los miembros del grupo. Estas culturas reflejan comportamientos muy asociativos que pueden traducirse en autosacrificio.

Pueden existir distintos factores entre uno y otro constructo, como:

- **Individualismo horizontal:** Describe a las personas que valoran el tener su propio espacio, tener identidad propia y ser diferentes de los demás.
- **Individualismo vertical:** Las personas se dirigen hacia el ideal de triunfo y hedonismo.
- **Colectivismo horizontal:** El rasgo principal es la relación de iguales dentro del grupo, el establecimiento de la armonía grupal son expresiones que se contemplan.
- **Colectivismo vertical:** Se tiene en cuenta el sentido de cumplimiento, de obediencia y el respeto por los que tienen el poder

### 4.2 EDWARD TWITCHELL HALL (Hall, 1999)

**Definición de cultura:** Es el elemento que ante la multitud de estímulos perceptivos a los que al ser humano le es imposible prestar atención en su totalidad, actúa

como filtro que selecciona a qué estímulos prestar atención y cómo interpretarlos.

## DIMENSIONES PARA CARACTERIZAR CULTURA

**Alto contexto:** Culturas donde la mayor parte de la información está en el contexto físico, implícito o interiorizado en la persona. Estas culturas desarrollan muy poco contenido verbal explícito, por lo que los aspectos no verbales de la comunicación tienen gran importancia. Se promueve la cooperación y la participación para fomentar la armonía del grupo; se tienen en cuenta los sentimientos y la intuición, así como la lealtad, la confianza y el respeto por el grupo.

**Bajo contexto:** Aquellas culturas en las que la información está explícita en el mensaje. Se da gran importancia a la lógica y al razonamiento verbal que se realiza; se reducen ambigüedades a través de una comunicación directa. En estas culturas pocas normas se toman como sabidas, por lo que se necesitan más explicaciones lo que disminuye la posibilidad de malentendidos.

**Tiempo monocrónico:** El tiempo se organiza para realizar las actividades una tras otra, en orden riguroso. En estas culturas el horario representa un compromiso ineludible y la puntualidad es una norma de conducta.

**Tiempo policrónico:** Culturas donde los compromisos temporales son más flexibles y se realizan diversas acciones al mismo tiempo, sin un orden riguroso.

### 4.3 EDWARD SHILS Y TALCOTT PARSONS (Shils y Parsons, 1976)

**Definición de cultura:** Es un sistema constituido por la organización de los valores, normas y símbolos que orientan las decisiones de los actores y limitan los tipos de interacción que pueden ocurrir entre ellos.

## DIMENSIONES PARA CARACTERIZAR CULTURA

**Específico vs Difuso:** Es el modelo normativo en las sociedades específicas, las personas limitan las relaciones con los demás a ámbitos específicos; mientras en las sociedades difusas, en el modelo normativo no hay limitaciones previas a la naturaleza de las relaciones.

**Afectividad vs Neutralidad Afectiva:** Necesidad de gratificación frente a la restricción de los impulsos.

La afectividad es el patrón normativo que le permite a un actor, en una determinada situación, asumir una gratificación inmediata, sin tener en cuenta consideraciones valorativas; por su parte en el patrón normativo de la neutralidad afectiva, se renuncia a ciertos tipos de gratificación inmediata, con el interés de realizar consideraciones valorativas.

**Orientación Individual vs Orientación Colectiva:** En las culturas con orientación individual el modelo normativo establece una serie de conductas para un actor, en determinada situación, para tomar ventaja ante una oportunidad y buscar la consecución de un interés privado sin tener en cuenta el contenido de los intereses o su relación directa con los intereses de otros. El patrón normativo en las sociedades con orientación colectiva, establece a un actor, ante cierta situación, la responsabilidad de tomar en cuenta una selección de valores que comparte con los demás miembros de la colectividad, antes de asumir una posición.

**Universalismo vs Particularismo:** Se aplican las normas generales o se tienen en cuenta normas y relaciones particulares. El patrón normativo en las culturas universales orienta a los actores hacia la luz de las normas generales. En el particularismo se da prioridad a las relaciones particulares.

**Adscripción vs Logros:** La adscripción establece un patrón normativo donde se da prioridad a lo que otros son; en el patrón normativo de las sociedades orientadas al logro se da más prioridad a lo que las personas hacen.

#### 4.4 RONALD INGLEHART (Inglehart, 2008)

**Definición de cultura:** Son los sistemas diferenciados de creencias y valores en determinadas sociedades.

#### DIMENSIONES PARA CARACTERIZAR CULTURA

**Valores tradicionales vs Seculares o racionales:** Reflejan el contraste entre las sociedades donde la religión, los lazos familiares, la diferencia de la autoridad y el orgullo nacional, son importantes. Las culturas seculares o racionales son aquellas donde los valores se basan en el desarrollo individual y no en el colectivo, no se da tanta importancia a la religión y existe igualdad de género.

**Valores de sobrevivencia (necesidades básicas) vs Valores de expresión propia:** Las sociedades que califican alto en valores de supervivencia tienden a fortalecer las orientaciones materialistas y los roles tradicionales de género; estas sociedades muestran una relativa intolerancia a extranjeros y homosexuales, con niveles relativamente bajos de bienestar subjetivo, bajos niveles de confianza interpersonal, y enfatizan el trabajo arduo (más que la imaginación o la tolerancia) como el asunto esencial que se debe enseñar a los niños. Sociedades que enfatizan valores de autoexpresión, exhiben preferencias opuestas acerca de todos estos temas.

#### 4.5 FLORENCE KLUCKHOHN Y FRED STRODTBECK (Kluckhohn y Strodtbeck, 1961)

**Definición de cultura:** Son los rasgos biológicos y las características compartidas por los seres humanos quienes generan una concepción explícita o implícita, distintiva de un individuo o característica de un grupo, de lo deseable, que influencia la selección de los modos, medios y fines de la acción.

#### DIMENSIONES PARA CARACTERIZAR CULTURA

##### *Evaluación de la naturaleza humana*

**Malo / Variable:** Nace malo pero se puede aprender a ser bueno.

**Malo / Invariable:** Nace malo y con imposibilidad de llegar a cambiar. Se requiere de una fuerza externa.

**Mixto / Variable:** Tiene rasgos buenos y malos, pero puede aprender a ser mejor o peor.

**Mixto / Invariable:** Tiene rasgos buenos y malos y su perfil no se puede cambiar.

**Neutral / Variable:** Ni bueno ni malo, pero puede aprender rasgos buenos y malos.

**Neutral / Invariable:** Ni bueno ni malo y este perfil no se puede cambiar.

**Bueno / Variable:** Básicamente bueno, pero sujeto a la corrupción.

**Bueno / Invariable:** Básicamente bueno y seguirá siendo así.

##### *Relación del hombre con su entorno natural*

**Maestría:** Se puede y debe ejercer un control total sobre las fuerzas de la naturaleza.

**Armonía:** Se puede y debe ejercer control parcial pero no total para vivir en equilibrio con las fuerzas de la naturaleza.

**Sumisión:** No se puede ni se debe ejercer control sobre las fuerzas naturales, sino estar sujetos a ellas.

#### *Orientación en el tiempo*

**Pasado:** Centrarse en el pasado (antes del ahora), y en preservar y mantener enseñanzas y creencias tradicionales.

**Presente:** Centrarse en el presente (lo que es ahora), y en acomodar creencias y tradiciones.

**Futuro:** Centrarse en el futuro (tiempo por venir), la planificación y en buscar nuevas formas de reemplazar lo viejo.

#### *Orientación hacia la actividad*

**Ser:** La motivación es interna, se hace énfasis en la actividad valorada por nosotros mismos, pero no necesariamente por otros en el grupo.

**Llegar a ser:** La motivación es desarrollar y crecer en habilidades que se valoran para nosotros, aunque no necesariamente para otros.

**Hacer:** La motivación es externa a nosotros, se hace énfasis en actividades que se valoran por nosotros mismos y son aprobadas por otros en nuestro grupo.

#### *Relación entre las personas*

**Jerarquía:** Se hace énfasis en los principios jerárquicos, remitiéndose a la autoridad superior o a otras autoridades dentro del grupo.

**Igualdad:** Se enfatiza en el consenso dentro del grupo.

**Individualismo:** Se hace énfasis en los individuos o en las familias individuales dentro del grupo que toman decisiones, independientemente de los demás.

### 4.6 SHALOM SCHWARTZ (Schwartz, 1999)

**Definición de cultura:** Es un complejo rico en significados, creencias, símbolos, prácticas, normas y valores.

#### DIMENSIONES PARA CARACTERIZAR CULTURA

**Conservadurismo / Autonomía:** Se refiere a la naturaleza de la relación o los límites entre la persona y el grupo.

**Pregunta en qué medida las personas son autónomas en sus grupos.** El conservadurismo aparece en situaciones donde los individuos se definen a través de las relaciones sociales.

**Jerarquía/Igualitarismo:** El rol atribuido a las personas en las sociedades jerárquicas es usado para asegurar un comportamiento responsable y una distribución desigual del poder. En las sociedades igualitarias las personas interiorizan el compromiso de cooperar y preocuparse por el bienestar de los demás miembros del grupo.

**Dominio/Armonía:** Gira en torno a cómo las personas hacen frente al problema del manejo de las relaciones con el mundo natural y social. El dominio hace referencia a cómo los individuos buscan dirigir y cambiar el mundo natural y social, para avanzar en sus intereses personales o en los del grupo al que pertenecen. La armonía se refiere a situaciones donde los individuos aceptan y se adaptan al mundo natural y social en el que se encuentran, tratando de preservar y proteger, en lugar de cambiar, dirigir o explotar.

### 4.7 FONS TROMPENAARS Y HAMPDEN-TURNER (Trompenaars y Hampden, 1997)

**Definición de cultura:** Es un conjunto de elementos organizados por capas, que encierran desde la comida, la ropa, el idioma, los símbolos y los rituales, pasando por normas y valores, hasta llegar a la capa más interna definida por las consideraciones implícitas y asunciones básicas en un grupo.

#### DIMENSIONES PARA CARACTERIZAR CULTURA

**Universalismo vs Particularismo:** Reglas vs Relaciones, define cómo las personas juzgan los comportamientos de otras. En las culturas universales se centran más en las normas, las prácticas deben ser aplicadas sin modificación. En las culturas particulares el interés son las relaciones.

**Individualismo vs Comunitarismo:** Grupo vs Individuo, indica la tendencia entre intereses individuales o de grupo. Las culturas individualistas ven los grupos como un camino para alcanzar objetivos personales, mientras las culturas comunitarias ven en las capacidades

individuales un elemento para lograr la prosperidad del grupo.

*Logro vs Adscripción:* Esta dimensión se relaciona con el concepto de distanciamiento al poder de Hofstede. Las personas de culturas orientadas a la adscripción utilizan ampliamente sus niveles académicos o profesionales, se mantiene un respeto a los superiores y la jerarquía, mientras en las culturas orientadas al logro, la demostración de los conocimientos y el nivel profesional se utiliza solo cuando es pertinente.

*Neutral vs Afectivo:* Los grupos neutrales en la comunicación evitan comportamientos cálidos, expresivos o entusiastas, mientras que los afectivos utilizan gestos, el lenguaje corporal y sus sentimientos.

*Específico vs Difuso:* Se asocia con los espacios privados de las personas; las culturas específicas comparten ciertos momentos amplios con otras personas y reservan un pequeño espacio privado exclusivamente para compartir con sus allegados. En las culturas difusas es indistinto el espacio público o privado.

*Relación Hombre-Naturaleza:* Control interno vs externo, muestra la percepción de las personas hacia las situaciones cambiantes.

*Relación Hombre-Tiempo:* Indica el significado que los diferentes grupos asignan al pasado, el presente y el futuro.

#### 4.8 GEERT HOFSTEDE (Hofstede et al., 2002)

**Definición de cultura:** Es el programa colectivo de la mente que distingue a los miembros de un grupo humano de los miembros de otro grupo.

#### DIMENSIONES PARA CARACTERIZAR CULTURA

*Individualismo vs Colectivismo (Identidad):* Se refiere a la forma en que las personas se integran a la sociedad. En un grupo se pueden tener inclinaciones por la identidad individual donde las personas podrían sentirse solas y aisladas, o por la identidad grupal, donde podría verse reprimida la identidad personal.

*Distanciamiento al poder (Jerarquía):* Se asocia a la aceptación que tienen las personas sobre estructuras de poder o desigualdad. En las sociedades con gran distanciamiento al poder, los niveles sociales o jerárquicos son más profundos. En ellas es más fácil mantener situaciones de inequidad o limitación de recursos. Las investigaciones demuestran que en la medida que se mejoran las condiciones económicas de la sociedad se reduce el distanciamiento al poder.

*Masculinidad vs Femenidad (Género):* Indica la tendencia en las sociedades hacia conductas masculinas o femeninas. Los grupos donde se establecen tratos marcados en roles de madres, roles de padres, educación de niños, educación de niñas, se asocian con ambientes de masculinidad. En las investigaciones se ha demostrado que las sociedades donde se evidencian desigualdades de roles entre géneros presentan más tendencia a la competencia y a alcanzar logros. Si predomina la equidad de géneros se exhiben en los grupos cualidades femeninas las cuales se asocian con el cuidado y el compromiso.

*Tolerancia a la incertidumbre (Verdad):* Muestra cómo son los grupos en una cultura frente a las situaciones impredecibles ó ambiguas; se relaciona con el miedo a lo desconocido. Las sociedades con alta tolerancia a la incertidumbre suelen ser más reflexivas y tolerantes. Aquellas con alta evasión a la incertidumbre tienen normas estrictas y tienden a asumir verdades absolutas y a pensar que lo que es diferente es peligroso, sin embargo, el control de la incertidumbre, no es lo mismo que evitar el riesgo.

*Orientación a la incertidumbre (Virtud):* Indica la elección a la que se enfrentan las sociedades entre el presente y el futuro. En las sociedades con orientación a corto plazo, son comunes comportamientos como la diplomacia, el trabajo duro, los sacrificios para el futuro, etc.

#### 4.9 ANTANAS MOCKUS SIVICAS (Fundación Contextos, 2010; Corpovisionarios, 2007)

**Definición de cultura:** Es la memoria no genética del ser humano da las herramientas para interpretar la realidad y las pautas para conducirse en ella.

#### DIMENSIONES PARA CARACTERIZAR CULTURA

*Cultura de la legalidad:* Conocimientos, actitudes y percepciones sobre normas. Establece el grado de

armonía o divorcio entre las normas legales, las morales y las culturales.

**Control social:** Permite que se ayude a transformar comportamientos culturalmente aceptados.

**Cultura tributaria:** Hace referencia al cumplimiento de las labores de los contribuyentes.

**Confianza:** Hace referencia a la confianza personal y a la confianza en las instituciones.

**Percepción de inseguridad:** Abarca la seguridad de personas, de bienes, y la protección frente a amenazas externas, así como la seguridad jurídica y ciudadana.

**Acuerdos:** Hace referencia a la manera de resolver directa y amistosamente las diferencias en un grupo. Analiza la disposición a concertar acuerdos por parte de los ciudadanos, la calidad de aquellos y la percepción que tienen en cuanto a su cumplimiento y a su reparación.

**Tolerancia:** Se refiere al respeto por las diferencias raciales, éticas y culturales de las personas, con base en sus actitudes ante distintos tipos de individuos.

**Cultura política:** Analiza la participación electoral y la intervención de los ciudadanos en actividades comunitarias.

**Sentido de pertenencia:** Se enfoca en el orgullo que sienten las personas por el entorno social al que pertenecen.

## 5. Cultura y comunicación

Para el investigador Antonio Méndez Rubio (Méndez, 2003), la cultura y la forma de las relaciones en un grupo representan elementos bidireccionales que suponen tener en cuenta tres ideas fundamentales: La primera, que la realidad social está hecha de construcciones y creatividad; la segunda, que la comunicación permite generar una asimilación de la cultura; y la tercera que afirma que no hay cultura sin sociedad y que no hay grupo ni sujeto social sin cultura. La comunicación, como elemento tácito, lleva a afirmar su carácter natural y básico en la vida y en las relaciones humanas. La comunicación puede ser entendida como un proceso dinámico, mediante el cual se construyen múltiples relaciones y procesos

de conocimiento y comprensión. Cabe mencionar que la comunicación no es información; aunque puede haber información sin comunicación, no es posible que exista comunicación sin información (Cortés, 2006).

Lo anterior conlleva que tampoco puede existir cultura sin comunicación entre sujetos, ya que la interacción es la base de toda sociedad; de igual manera, no puede haber comunicación sin tomar en cuenta que los sujetos que se comunican son portadores de una cultura (Rizo y Romeu, 2006). Según Cabrera (2004), en la comunicación se define la construcción de identidades colectivas, de lo deseable, lo imaginable y lo pensable en la sociedad actual. La comunicación permite elaborar las relaciones entre sujetos y entre los sujetos con su entorno, y es a partir de esto que se construye el conocimiento. El conocimiento es pues un producto social que debe ser compartido, comunicado y construido mediante las diversas relaciones en los procesos de interacción social (Cortés, 2006).

Cultura y comunicación presentan estrechos vínculos, a partir de la interacción como fundamento de la sociedad. De esta manera, existe una relación entre la interacción como base de la organización social y la interacción como sustento de la comunicación. Esta relación se conceptualiza en la comunicación intercultural, en la cual se intercambian datos que son recogidos, evaluados e interpretados desde dos o más ámbitos culturales diferentes (Rizo y Romeu, 2006). Tal como lo referencia Ruth Vilá Baños (Vilá, 2005), el estudio de la comunicación intercultural nace del reconocimiento de la difusión de la cultura a partir de lo que las personas son, actúan, piensan, hablan y escuchan. Los investigadores en el tema hacen una distinción entre conceptos que a menudo se asumen de manera indistinta, como lo son la *multiculturalidad* y la *interculturalidad*. El primero se entiende como la presencia de varias culturas en una misma sociedad, diferenciándose del segundo que tiene además de esto, el reconocimiento y la aceptación de las diferencias culturales.

Diversos modelos teóricos sustentan el estudio de la comunicación intercultural; entre ellos se encuentra la teoría de la gestión de la ansiedad e incertidumbre desarrollada por Gudykunst (1995), quien plantea cinco conceptos clave:

1. *El otro, el "forastero"*: Se considera que todo sujeto es un potencial forastero si entra en una situación

de comunicación intercultural. Se piensa que el otro tiene un papel dual, ya que es cercano, con un grado de proximidad espacial, pero al mismo tiempo es lejano al ser observado como perteneciente a un grupo distinto.

2. *Incertidumbre*: Es un fenómeno cognitivo que condiciona la forma con la cual las personas se relacionan con los forasteros.
3. *Ansiedad*: Son los sentimientos que hacen sentir a las personas inquietas o incómodas, lo que genera un desequilibrio que se sustenta sólo bajo la anticipación del carácter negativo de la comunicación.
4. *Comunicación efectiva*: Será aquella en la que tanto el proceso de interpretación como de construcción de sentido, reduce los malentendidos.
5. *Conciencia*: Implica el grado de conocimiento de la propia conducta generada en la comunicación.

A partir de estos conceptos, propone tres componentes centrales en la construcción de la competencia comunicativa:

*Competencia Afectiva (Motivación)*: Interés por participar en un encuentro comunicativo efectivo.

*Competencia Cognitiva (Conocimiento)*: Interpretación de la cultura. A una cultura se le puede dar un valor significativo de diversas formas.

*Competencia Operacional (Destreza)*: Capacidad para actuar.

La teoría de Gudykunst evoca en la actualidad, el concepto de la formación por competencias, el cual emerge como respuesta a las nuevas exigencias que supone una transformación estructural en los aspectos tecnológico, económico y social ante los nuevos contenidos, nuevos medios, nuevos métodos y nuevas formas de interacción que se presentan en la sociedad globalizada. Por esto se ve la necesidad de establecer un mismo lenguaje, una vez preestablecidos ciertos criterios desde los cuales sea posible satisfacer las demandas y los requerimientos en un contexto. El modelo de formación por competencias se ha desarrollado con una profunda base comunicativa, a partir de los aportes del reconocido lingüista Noam Chomsky (1970), quien propuso el concepto de competencia comunicativa como una estructura mental implícita que se pone en acción mediante el desempeño comunicativo.

La Figura 2 muestra las componentes del modelo de formación por competencias, mediante las cuales los sujetos tendrían la capacidad de conocer todos los procesos y productos cognitivos. El metaconocimiento, como lo menciona Bara Soro (Bara, 2001), es entendido como el conocimiento de la cognición, la monitorización, y el control de actividades cognitivas. A partir del rasgo sustancial del metaconocimiento, resaltado por este autor, de pensar los *propios pensamientos*, se puede argumentar cómo la formación por competencias contribuye al desarrollo de esta capacidad en la medida que se puede pensar sobre lo



Figura 2. Modelo de formación por competencias

que uno conoce (conocimiento metacognitivo), pensar sobre lo que uno hace (habilidad metacognitiva) o sobre el propio estado afectivo (experiencia metacognitiva).

Igualmente, se puede deducir de la Figura 2, el papel de la comunicación en el modelo de formación por competencias y para esto se recurre nuevamente a la teoría de Gudykunst, a partir de la cual, es válido concluir que la construcción de la competencia comunicativa constituye un elemento primario fundamental para el desarrollo de la capacidad metacognitiva. En la Figura 3, se puede observar la articulada dependencia de los conceptos comunicación, competencia y metaconocimiento. El metaconocimiento representa un medio no solo para alcanzar un mayor conocimiento de los humanos como agentes de su propio pensamiento, lo cual permite monitorizarlo y controlarlo (Bara, 2001); sino también, para construir la facultad de regular las conductas tanto de ellos como de los otros.

Como se ha dicho, la comunicación en su complejo dinamismo, desarrolla las construcciones individuales y colectivas, así como los lazos entre ellas, para interpretar la variedad de estímulos a las que se está expuesto y entender la realidad social, política, y económica en el entorno. El grado de desarrollo de las comunidades también se puede evidenciar al analizar todos los elementos que intervienen en las diferentes facetas de sus procesos comunicativos, desde las estrategias

de comunicación empleadas por las instituciones de gobierno, hasta la manera en que los sujetos interpretan la información y la transmiten. Es por esto que, el control de los medios por parte de quienes manipulan la información y deciden qué mensajes comunicar y qué imaginario crear, desdibujan el entendimiento de la realidad y atentan contra el desarrollo de la capacidad crítica y creativa de las personas, lo que produce una total desorientación de la sociedad y genera graves conflictos culturales.

## 6. Cultura y tecnología

A lo largo de la historia, los cambios tecnológicos en el mundo han generado desde grandes temores por la posibilidad de que la máquina desplace al hombre en las actividades cotidianas y desmejore el concepto integro de humanidad, hasta grandes ilusiones de progreso y desarrollo de condiciones de bienestar y satisfacción del hombre. Pensadores como Marshal McLuhan (1990), le otorgan gran reconocimiento a la tecnología como definidora de la dinámica social con aseveraciones como “las extensiones de la conciencia humana se proyectan hacia el medio de todo el mundo a través de la electrónica, empujando a la humanidad hacia un mundo robótico”. Para autores como Negroponte (1995), la tecnología digital puede ser “una fuerza natural que propicie un

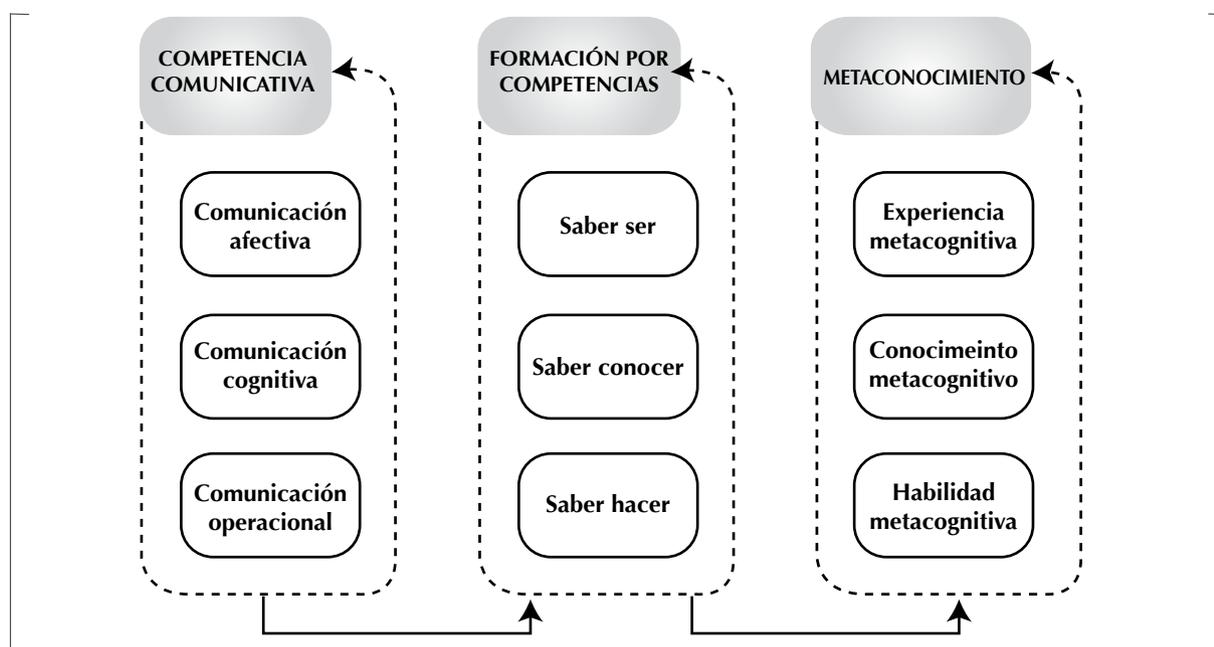


Figura 3. Desarrollo de la capacidad metacognitiva

mundo más armónico". Fernando Saez Vacas (2011), considera absurda una contraposición entre técnica y humanidad, argumentando que "la tecnología no es sólo un instrumento para transformar la cultura, sino que es también cultura". Giovanni Sartori (1999) le atribuye un enorme poder devastador a algunos medios tecnológicos de comunicación y pronostica que se espera una "soledad electrónica" fruto de una "multitud solitaria" creada por algunas tecnologías. Castells (2009), menciona la capacidad que tienen las Tecnologías de la Información para "moldear las mentes de las personas en función de los intereses de quienes tienen el poder". En definitiva, las intrincadas discusiones y pensamientos alrededor de las relaciones entre tecnología y sociedad siempre han existido y se evidencia también que la cultura juega papel determinante en el desarrollo, la utilización y la adopción de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

La teoría del investigador Sartori (1999), reconoce que los seres humanos por naturaleza desarrollan un universo simbólico, profundamente ligado al lenguaje y a la capacidad de abstracción, que les ha permitido generar un crecimiento cultural, y sugiere, que con algunos adelantos tecnológicos asociados a lo que hoy se conoce como TIC, se está generando una transformación en la naturaleza de la comunicación del hombre, gracias a la primacía de la imagen, que lo está llevando al empobrecimiento de su capacidad de entender. Esto se ve reflejado en dificultades para interpretar la realidad política, social, económica, etc., lo que determina problemas de organización y convivencia.

No es necesario estudiar en detalle el contexto y la dinámica de la sociedad actual, para darse cuenta que existen dificultades en la organización y en la convivencia; luego se evidencian grandes problemas de comunicación y manejo de la información que probablemente estén asociados a toda la estructura tecnológica de comunicación sobre la que se levanta la sociedad. Las dificultades por las que atraviesa la sociedad globalizada y tecnológica resultan magistralmente señaladas por Manfred Max-Neef (2007), así:

...nuestra sociedad tecnocrática no sólo ha hecho cada vez más evidente el divorcio del ser humano con la naturaleza, sino que ha fomentado hasta el extremo el culto en torno a la cuasi-religión de la eficiencia. El resultado es una mitología plagada de confusiones y de incongruencias. Ya no distinguimos entre el amor y la limosna, entre la educación y la enseñanza, entre la posesión

de títulos y el conocimiento, entre la policía y la seguridad, entre las leyes y la justicia, entre la producción y la creación, entre el consumo y el bienestar, entre la capacitación y el fomento de las habilidades, entre la propiedad y la posesión, entre el Producto Nacional Bruto y la satisfacción social, entre la vida y el sobrevivir. (Max-Neef, 2007,p.56).

Si la comunicación es la base del conocimiento y de la organización, si el manejo de la información contribuye al entendimiento de la realidad en los grupos sociales y si hoy la vida cotidiana está profundamente ligada a las TIC, no es posible estudiar fenómenos sociales y pretender caracterizar un contexto cultural de manera aislada a la dinámica tecnológica. Esta articulación entre sociedad y tecnología la sintetiza claramente Fernando Saez Vacas (2011), así:

...con todos los matices conceptuales que puedan apuntarse y tomarse en cuenta sobre el concepto de cultura, es incuestionable que cuando las actividades humanas se desenvuelven en un entorno muy complejo y supeditado a la tecnología, dicho entorno ya no simplemente es social, sino tecnosocial y nos lleva a una tecnificación progresiva de nuestras vidas. Así pues, la infotecnología es un artefacto social y cultural. (Saez, 2011,p.10).

## 7. TIC en Colombia

Las TIC son definidas en el Plan Nacional TIC 2008-2019 del Ministerio de Comunicaciones de Colombia (Ministerio de Comunicaciones, 2008) como "el conjunto de herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento y transmisión de información como voz, datos, texto e imágenes".

En este plan se reconoce la influencia de dichas tecnologías en el desarrollo económico y social de los países y también que su apropiación contribuye a disminuir la pobreza y a aumentar la competitividad de los países. De acuerdo con esto, se ha fijado como objetivo del plan, que en 2019 todos los colombianos puedan hacer uso eficiente de las TIC, mejorando la inclusión social y la competitividad, con énfasis en los siguientes tres aspectos: mejorar el acceso a la infraestructura, ayudar a

la masificación de las TIC en las MiPymes y consolidar el gobierno electrónico (Ministerio de Comunicaciones, 2008).

El Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia, a través del plan *Vive Digital* (Ministerio de TIC, 2011) contempla la reducción del desempleo, de la pobreza y el aumento de la competitividad del país, mediante las herramientas TIC. Sin embargo, al revisar el objetivo principal y las metas propuestas para el 2014, se encuentra que el enfoque central es la masificación del uso de Internet y el aumento de las conexiones en el país, lo cual deja en otro nivel temas fundamentales como el grado de aprovechamiento de la tecnología, la calidad de los contenidos, el tipo de uso que se hace de los mismos, el desarrollo de habilidades para gestionar conocimientos, etc. Esto genera incertidumbre sobre cómo será la forma real mediante la cual el plan *Vive Digital* generará la revolución tecnológica que impulsará la prosperidad democrática en Colombia<sup>3</sup>.

En un estudio realizado entre enero de 2011 y enero de 2012 sobre el estado del Internet en Colombia presentado por la firma COMSCORE (2012), se puede evidenciar que los colombianos utilizan el internet más para el entretenimiento que para la educación. El panorama no dista mucho de las mediciones anteriores hechas en 2010. En el último estudio, el uso de las redes sociales obtuvo un 96 % de penetración, mientras su uso educativo es del 43 %. En la medición anterior se obtuvo en los mismos campos 86.5 % y 43.1 %, respectivamente (Jaramillo, 2010).

Los resultados de un estudio anual de la multinacional consultora Everis sobre las TIC en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú en el 2010 (Everis, 2010), mostraron que Colombia era el último país en el ranking del Índice de la Sociedad de la Información (ISI). Este índice refleja la evolución de la sociedad de la información en cada país, analizando 21 variables de TIC y del entorno macroeconómico (Iregui, 2010).

Según cifras oficiales de la Unión Internacional de las Telecomunicaciones relacionadas con el indicador habilidad, el cual da información sobre la capacidad humana para absorber y aprovechar las TIC, Colombia entre los años 2008 y 2010 pasó del puesto 61 al 60, por debajo de países de la región de América Latina y el Caribe como Brasil, Chile, Argentina, Venezuela, Uruguay y Cuba. El primer puesto fue ocupado por

Finlandia y destaca la posición de Cuba, que a pesar de las limitaciones de infraestructura, se sitúa en el cuarto lugar. En cuanto a indicadores de acceso en el periodo de 2008 a 2010, Colombia pasó del puesto 72 al 83 y en el indicador de uso, para este mismo periodo, el país pasó del puesto 71 al 73 (ITU, 2011). La UIT es la entidad especializada de las Naciones Unidas para las Tecnologías de la Información y la Comunicación, cuenta en la actualidad con alrededor de 193 países y más de 700 entidades privadas e instituciones académicas. Los miembros de la UIT representan una sección transversal del sector mundial de las TIC, desde los mayores fabricantes y operadores del mundo, hasta los pequeños actores innovadores que cuentan con tecnologías nuevas y emergentes, junto con las principales entidades de I+D e instituciones académicas (ITU, 2012).

A pesar de los indicadores anteriores, Colombia recibió el premio liderazgo de gobierno entregado en febrero de 2012 en Barcelona, España por la firma GSMA, por su papel como líder regional y mundial en la gestión del espectro y por la estrategia en cuanto a políticas TIC del programa *Vive Digital*. Según el portal del Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia (Ministerio TIC, 2012), este premio cataloga a Colombia como el país con las mejores políticas en telecomunicaciones del mundo. La GSMA representa los intereses de los operadores de comunicaciones móviles de todo el mundo. Se extiende a más de 220 países, una a casi 800 de las operadoras móviles del mundo y a más de 200 compañías en el mayor ecosistema móvil, que incluye fabricantes de celulares, compañías de software, proveedores de equipos, compañías de Internet, y organizaciones de medios y entretenimiento (GSMA, 2012).

Aparte de todo lo relacionado con computadores e Internet, en la definición de las TIC hecha por el Ministerio de Comunicaciones de Colombia en el Plan Nacional TIC, caben otros tipos de tecnologías de transmisión de información como la televisión y la radio, las cuales hacen parte de uno de los cuatro ejes de política en materia de TIC del Ministerio de Comunicaciones desde el 2006. Estos son:

- Todos los colombianos conectados e informados.
- Consolidación y modernización institucional que genere un sector estratégico para el país.
- Desarrollo y competitividad de la industria de TIC.

- Políticas de televisión y radio públicas sostenibles y de impacto para los colombianos.

La televisión pública debe presentarse como una propuesta que integre lo cultural con lo educativo, no obstante brillan por su ausencia las iniciativas culturales con las TIC. Eduardo Noriega de la Hoz (2010), afirma en su entrevista que:

La televisión debe formar, educar, recrear sanamente y consolidar la democracia, sin embargo en nuestro medio pueden concurrir operadores privados a quienes no les interesan estos objetivos y hacen énfasis en la televisión como negocio, en el mercado, en la televisión como producto comercial, en la televisión como instrumento que genera utilidades.

De esta manera, el eje del impacto de la televisión pública para los colombianos, consagrado en el plan nacional TIC, debe medirse considerando también el impacto de la televisión privada, que por sus intereses, deja de lado los contenidos con tal de ganar consumidores.

La televisión es el medio de comunicación más influyente en el desarrollo de diferentes patrones de comportamiento de las audiencias, es por esto que como lo menciona una investigación sobre los efectos de la televisión en el comportamiento de las audiencias jóvenes (Sandoval, 2006):

Existe la necesidad de un panorama más integrador en donde se asuma que los riesgos asociados con los efectos del medio televisivo dependen del contenido del mensaje, en conjunción con las características del televidente y de su familia, así como del entorno social y cultural donde se desenvuelve diariamente. (Sandoval, 2006, p.209).

Haciendo a un lado esta visión, la influencia de la televisión pública, educativa y cultural está muy distante de encabezar las preferencias de los ciudadanos del común y por lo tanto de convertir este medio tecnológico en una herramienta para consolidar la democracia y contribuir a la formación de los colombianos. En una investigación financiada por la Comisión Nacional de Televisión (Arango, 2009), se buscó evidenciar entre jóvenes que finalizan el bachillerato y estudiantes

universitarios, las preferencias de contenidos y hábitos de consumo televisivo. Estos fueron los resultados en cuanto a los cinco canales favoritos de los entrevistados. Al 52,3% le gusta el canal RCN; el 49,8% prefiere el canal Caracol; el 34,4% ve FOX; el 31,7% prefiere Discovery Channel y el 29,3% MTV. Pero por ejemplo, canales que pueden enseñar algo o crear cultura como Animal Planet, National Geographic, History Channel o el canal educativo y cultural de Colombia, no resultaron tan apetecidos (10,5%, 8,8%, 6,7% y 5,7% respectivamente) y convendría preguntarse por qué.

A pesar de que esta investigación fue hecha a finales del año 2009, no sería de extrañar que las cosas hoy continuaran igual, ya que el manejo de la televisión y los contenidos de los canales favoritos en Colombia siguen teniendo el mismo fundamento, el cual se puede encontrar en los análisis de Laitinen y Rakos (1997), quienes argumentan que las audiencias presentan modos de vida caóticos, están menos informadas y políticamente menos implicadas.

Una característica integral del modo de vida caótico es una amplia exposición a los mensajes de los medios de comunicación que influyen en la audiencia de masas mediante la presentación de conclusiones en lugar de razones, eslóganes simples en lugar de análisis complejos, imágenes visuales en lugar de ideas verbales, hechos presentados como una sola realidad en lugar de observaciones sobre las que se pueda argumentar y modelos atractivos para enviar los mensajes, en lugar de expertos en el tema del que trata el mensaje (Laiten Y Rakos, 1997, p. 238).

Viendo esto, se podría concluir entonces, que el “morbo es lo que vende”.

Las TIC pueden generar impactos positivos, negativos o neutros y muchos factores deben tenerse en cuenta para asegurar que estos sean más bien, siempre positivos; por lo tanto, las TIC por sí mismas no se pueden considerar como la panacea para resolver problemas de desarrollo humano (Crespo, 2008). Sin un estudio de las características culturales de las poblaciones sobre las cuales serán implementados programas de acceso a las TIC, y sin medir o prever los impactos reales que estos tengan en la población, no se logrará el aprovechamiento necesario para cumplir con las metas del plan nacional TIC, ni los alcances propuestos en el plan Vive Digital, ni la revolución tecnológica que impulsará la prosperidad

democrática en el país. Las mediciones de los valores culturales de la comunidad deben servir de soporte al planteamiento y mejora de las políticas públicas referentes a la utilización de herramientas tecnológicas, para contribuir al desarrollo de identidad, promover los procesos de formación ciudadana, mejorar la competitividad, asegurar la reducción de problemas sociales y en general contribuir al desarrollo del país.

## 8. Conclusiones

Pese a que la cultura es un concepto amplio y complejo, y aunque parece atrevido asegurar que se puede cuantificar completamente, las investigaciones de diversos autores, en distintos contextos y en diferentes periodos de tiempo, demuestran que existen elementos socialmente compartidos evidenciables en las conductas de los individuos, que están sujetos a la percepción y que se pueden observar y medir. Aunque no es correcto considerar por sí sola una cultura como buena o mala, el reconocimiento de características compartidas sí permite motivar la discusión en la sociedad sobre el referente de valores que se quiere promover.

Muchas de las dimensiones desarrolladas en los modelos más destacados de caracterización de cultura se traslapan y quieren identificar lo mismo mediante diferentes conceptos o análisis. Aunque no exista consenso en la definición de la cultura, todas las características comunes que tienen los modelos conllevan a evidenciar cierta convergencia en algunos elementos de la cultura presentes en todos los grupos y que permanecen a lo largo del tiempo. Adaptándose al contexto, es fundamental reconocer la presencia y las implicaciones que tienen los constructos de los modelos presentados, en la definición de los comportamientos de los individuos en la sociedad, no obstante, dada la amplitud de conceptos y relaciones que surgen en torno al estudio de los valores culturales, sin duda existen más constructos y relaciones entre ellos, que deben seguir estudiándose para desarrollar modelos amplios que permitan diseñar estrategias que contribuyan a promover comportamientos apropiados para la vida en comunidad.

A pesar que se reconoce ampliamente la capacidad que tiene la tecnología para influenciar los comportamientos

humanos y para definir ciertas orientaciones culturales, no existen modelos de caracterización de cultura que vinculen en el estudio, las implicaciones de la tecnología en un contexto. Dado que la comunicación es un elemento fundamental en el desarrollo de los procesos cognitivos, las TIC deben pensarse cada vez más como herramientas que potencien dichos procesos. Es importante estudiar en detalle las implicaciones que tiene el lenguaje utilizado en ciertas tecnologías sobre las conductas humanas, toda vez que la comprensión de estas relaciones permitirá orientar de manera adecuada la tecnología, para contribuir al desarrollo de los procesos cognitivos de los individuos y por ende al comportamiento ciudadano y en la creación y afianzamiento de la cultura. ≡

## NOTAS

1. Artículo de revisión- Tesis doctoral "Diseño de un modelo de aceptación tecnológica en el marco del gobierno electrónico para orientar el comportamiento ciudadano y la cultura de poblaciones marginales" Financiación Colciencias - Ejecución: Universidad Industrial de Santander.
2. Fue un proyecto polifacético, constituido por una gran variedad de métodos, con los cuales los investigadores examinaban las interrelaciones que se dan entre cultura y sociedad, organización cultural y liderazgo organizacional.
3. A partir de los planes de TIC el gobierno busca dar un salto hacia la prosperidad democrática. Ver <http://vivedigital.gov.co/objetivos.php>

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ALLPORT, Gordon.W. Pattern and growth in personality. New York: Holt, Reinhart & Winston, 1961.
2. ARANGO FORERO, Germán y GONZÁLEZ BERNAL, Manuel Ignacio. Televidencias juveniles en Colombia: fragmentación generada por un consumo multicanal. En: Palabra - Clave. Vol. 12, No. 2 (2009); p. 215-234. Universidad de La Sabana, Colombia.
3. BARA SORO, Pedro M. Estrategias metacognitivas y de aprendizaje: estudio empírico sobre el efecto de la aplicación de un programa metacognitivo, y el dominio de las estrategias de aprendizaje en estudiantes de ESO, BUP y universidad. Madrid, 2001. PhD thesis, Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones.
4. CABRERA, Daniel. Imaginario social, comunicación e identidad colectiva. España: Universidad de la Navarra. Facultad de Comunicación, 2004.

5. CASTELLS, Manuel. *Comunicación y Poder*. Madrid: Alianza editorial, 2009.
6. COMSCORE. *Futuro digital - Colombia 2012*.
7. CORPOVISIONARIOS. *Encuesta de cultura ciudadana en la ciudad de Medellín*. Fundación Terpel - Secretaría de Cultura Ciudadana de la Alcaldía de Medellín, 2007.
8. CORTÉS, Juan José. *Cultura y comunicación como praxis para el desarrollo*. III Congreso de Educación para el Desarrollo, Vitoria-Gasteiz, 2006. p. 7-9,
9. CHOMSKY, Noah. *Aspectos de la teoría de la síntesis*. Madrid: Editorial Aguilar, 1970.
10. CRESPO MOLERA Enrique, *Guía para el análisis del impacto de las tecnologías de la información y la comunicación en el desarrollo humano*. Madrid, UPM, 2008.
11. EVERIS. *Indicador de la Sociedad de la Información (ISI) everis / IESE Situación de las Tecnologías de la Información en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú*. IESE, Universidad de Navarra, 2010. ISSN: 1887-6846.
12. FUNDACIÓN CONTEXTOS. *¿Qué hay para SER?*. Colombia, 2010.
13. GELFAND M.J, NISHII L.H., and RAVER J.L. *On the nature and importance of cultural tightness-looseness*. *Journal of Applied Psychology*; 91(6):1225, 2007.
14. GSMA. [en línea] *About Us*, 2012. [Citado 8 de noviembre de 2012]. Disponible en Internet: <<http://www.gsma.com/aboutus/>>
15. GUDYKUNST, William and KIM, Young Yun . *Communicating With Strangers: An Approach to Intercultural Communication*. New York: McGraw-Hill, 1995.
16. HALL, Edwar T . *Beyond Culture*. Editorial Review - Kirkus Reviews, 1976.
17. HALL, Edwar T. *La dimensión oculta*. Méjico: Siglo XXI ,1999.
18. HILLS, M. D.. [en línea] *Kluckhohn and Strodtbeck's Values Orientation Theory*. *Online Readings in Psychology and Culture*, Unit 4, 2002. [Citado 8 de noviembre de 2012]. Disponible en Internet: <<http://scholarworks.gvsu.edu/orpc/vol4/iss4/3/>>
19. HOFSTEDE, G. *Culture's consequences: International differences in work-related values*. Sage Publications, Incorporated, 1980.
20. HOFSTEDE, G. [en línea] *Dimensionalizing cultures: the Hofstede model in context*. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1):8. 2011. [Citado 8 de noviembre de 2012]. Disponible en Internet:< <http://scholarworks.gvsu.edu/orpc/vol2/iss1/8/>>
21. HOFSTEDE, G.J., PEDERSEN P. and HOFSTEDE G.H. *Exploring culture: Exercises, stories, and synthetic cultures*. Nicholas Brealey Intl, 2002.
22. HONG Y. and MALLORIE L.A.M. *A dynamic constructivist approach to culture: Lessons learned from personality psychology*. *In: Journal of Research in Personality*. Vol. 38 No. 1(2004); p. 59-67,
23. INGLEHART, R. y CARBALLO, Marita. *¿Existe Latinoamérica? Un análisis global de diferencias transculturales*. *Perfiles latinoamericanos*, 31, 2008.
24. INGLEHART, R., and BAKER, W. E. *Modernization, Cultural Change, and the Persistence of Traditional Values*. *In: American Sociological Review*. Vol. 65 No.1 (2000); p. 19-51.
25. IREGUI Luis Andrés. [en línea] *Datos agrídulces sobre las TIC en Colombia*. Enter.co, 2010. [Citado 8 de noviembre de 2012]. Disponible en Internet: <<http://www.enter.co/internet/datos-agridulces-sobre-las-tic-en-colombia/>>
26. ITU. *International Telecommunication Union*. [en línea]. *Visión general, 2012* [Citado 8 de noviembre de 2012]. Disponible en Internet:< <http://www.itu.int/es/about/Pages/default.aspx>>
27. ITU. *Measuring the Information Society*. Geneva Switzerland, 2011. ISBN 92-61-13801-2.
28. JARAMILLO MARÍN Mauricio. [en línea] *ComScore presentó su radiografía de Internet en Colombia*. Enter.co, 2010. [Citado 8 de noviembre de 2012]. Disponible en Internet:<<http://www.enter.co/internet/comscore-presento-su-radiografia-de-internet-en-colombia/>>
29. KLUCKHOHN C. *Universal categories of culture*. Chicago: University of Chicago Press, 1962.
30. KLUCKHOHN F. and R.,STRODTBECK, F. L. *Variations in value orientations*. Chicago: Row, Peterson & company, 1961.
31. KOTTAK C.P. *Antropología cultural*. Madrid: McGraw-Hill, 2002.
32. KROEBER, A.L, KLUCKHOHN, C. *Culture: A critical review of concepts and definitions*. Cambridge: Harvard University, 1952.
33. KROEBER, A.L. y PARSONS, T. *The concepts of culture and of social system*. *In: American Sociological Review*. Vol. 23 (1958); p. 582-583
34. LAITINEN Richar, RAKOS Richard. *Corporate control of media and propaganda: A behavior analysis: Cultural contingencies behavior analytic perspectives on cultural practices*, p. 237, 1997.
35. MASELAND Robbert. and HOORN Van A . *Measuring values for cross-cultural research*. Institute of Management Research, Radboud University Nijmegen, 2009.
36. MAX-NEEF, Manfred. *La dimensión perdida*. Barcelona: Icaria, 2008.
37. MCLUHAN Marshall and POWERS B. R. *La aldea global*. Barcelona: Gedisa, 1993.
38. MÉNDEZ RUBIO, A. *La apuesta invisible*. Cultura, globalización y crítica social. Montesinos, Valencia, 2003.
39. MINISTERIO DE COMUNICACIONES, República de Colombia.

- Plan Nacional de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2008.
40. MINISTERIO DETIC. Colombia, [en línea] El país con las mejores políticas de telecomunicaciones del mundo. 2012 [Citado 8 de Noviembre de 2012]. Disponible en internet <<http://www.mintic.gov.co/index.php/mn-news/852-colombia-el-pais-con-las-mejores-politicas-de-telecomunicaciones-del-mundo>>
  41. MINISTERIO DETIC. Colombia [en línea] Vive Digital Colombia. 2011 [Citado 3 de Noviembre de 2012]. Disponible en internet <<http://vivedigital.gov.co/>>
  42. NEGROPONTE, Nicholas . El mundo digital. Barcelona: Ediciones B, 1995 ISBN. 84-406-5925-3
  43. NORIEGA DE LA HOZ, Eduardo. [en línea] Análisis sobre la televisión en Colombia. Entrevista programa CONTRAVÍA, 2010. [citado 10 de Octubre de 2012]. Disponible en Internet: <<http://www.youtube.com/watch?v=wT9aXRPvRMQ>>
  44. OISHI, Shigehiro. Personality in culture: A neo-allportian view. *Journal of Research in Personality*, 2004. p. 68-74.
  45. R.E.M.E [en línea] Revista Electrónica de Motivación y Emoción [Citado 8 de Noviembre de 2012] Disponible en Internet <<http://reme.uji.es/articulos/apaezd8062112101/texto.html>>
  46. RIZO, Marta y ROMEU, Vivian. Cultura y comunicación intercultural. Aproximaciones conceptuales. *En: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*. Vol. 6 (ago. 2006).
  47. SAEZ VACAS Fernando. Cultura y tecnología, en el nuevo entorno Tecnosocial. Fundación Vodafone España y Fundetel. 2011.
  48. SÁNCHEZ, José; TEJERO Blanca; YURREBASO Amaia. y LANERO Ana. Cultura organizacional: Desentrañando vericuetos. *En: AIBR. Revista de Antropología Iberoamericana*. Vol. 1, No. 3 (ago.-dic. 2006); p. 374-397
  49. SANDOVAL Escobar Marithza. Los efectos de la televisión sobre el comportamiento de las audiencias jóvenes desde la perspectiva de la convergencia y de las prácticas culturales. *En: Universitas Psychologica*. Vol. 5 No. 2 (may. - ago. 2006); p. 205-222
  50. SARTORI Giovanni. Homo videns: la sociedad teledirigida. Madrid: Taurus, 1999. ISBN. 970-731-117-6.
  51. SCHWARTZ, Shalom H. Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in experimental social psychology*, 1992. p. 1-65.
  52. SCHWARTZ, Shalom. A Theory of Cultural Values and Some Implications for Work. *In: Applied psychology: an international review*. Vol. 48 No. 1(1999); p. 23-47.
  53. SCHWARTZ, Shalom H. Culture matters: National value cultures, sources and consequences. *Understanding culture: Theory, research and application*. 2009 p. 127-150.
  54. SHILS E.A. y PARSONS T . Toward a general theory of action. Harvard University Press. 1976.
  55. TARAS, V; ROWNEY, J y STEEL, P. Half a century of measuring culture: Review of approaches, challenges, and limitations based on the analysis of 121 instruments for quantifying culture. *In: Journal of International Management*. (2009 a); p.357-373.
  56. TARAS, V., & STEEL, P. Beyond Hofstede: Challenging the ten testaments of cross-cultural research. In C. Nakata (Ed.), *Beyond Hofstede: Culture Frameworks for Global Marketing and Management*. (2009 b); p. 1-3.
  57. TRIANDIS, H.C. The self and social behavior in differing cultural contexts. *Psychological Review* 1989 p. 506-520.
  58. TRIANDIS, H ; CHEN, X y CHAN, D. Scenarios from the measurement of collectivism and individualism. *In: Journal of Cross-Cultural Psychology*. (1998); p. 275-289.
  59. TRIANDIS H.C. [en línea] Subjective culture. *Psychology and Culture*, 2002 [citado 23 de Octubre de 2012]. Disponible en Internet <<http://scholarworks.gvsu.edu/orpc/vol2/iss2/6/>>.
  60. TROMPENAARS, F. & HAMPDEN-TURNER, C. *Riding the Waves of Culture: Understanding cultural diversity in business*. Nicholas Brealy. London: England, 1997. ISBN 978-1857881769.
  61. TYLOR Edward Burnett. *Primitive Culture researches into the development of mythology, philosophy, religion language, art, and custom*. London: J Murray, 1903. ISBN. 9781113455659.
  62. VALSINER J [en línea] Culture and its transfer: Ways of creating general knowledge through the study of cultural particulars, 2003 [citado el 26 de Octubre de 2012]. Disponible en internet <<http://scholarworks.gvsu.edu/orpc/vol2/iss1/7/>>.
  63. VILÁ BAÑOS, Ruth. La Competencia Comunicativa Intercultural. Un estudio en el primer ciclo de la ESO. PhD thesis, Facultad de pedagogía, Universidad de Barcelona. (2005).
  64. WATKINS, L y GNOTH, J. The value orientation approach to understanding culture. *In: Annals of Tourism Research*. (2011); p. 1274-1299.
  65. YOO B, N; DONTHU y LENARTOWICZ T. Measuring Hofstede's five dimensions of cultural values at the individual level: Development and validation of cvscafe. *In: Journal of International Consumer Marketing*. (2011); p. 193-210.
  66. ZIEGLER, Klaus [en línea] La falacia del determinismo cultural, 2010 [citado el 26 de Octubre de 2012]. <<http://www.elespectador.com/opinion/columnistasdelimpreso/klaus-ziegler/columna185754-falacia-del-determinismo-cultural>>