

Aproximación a una teoría de la fiesta del Rey Momo a partir de la triada comunicación, cultura y carnaval

Ideas for a Theory on the King Momo Celebration Based on the Triad of Communication, Culture and Carnival

“La cultura es una forma de homogeneizar el pensamiento”.
Néstor García Canclini*

Alejandro Espinosa-Patrón¹

Resumen

En este artículo de reflexión, producto de la investigación sobre el mapa lingüístico del departamento del Atlántico, variante léxica, se trata de establecer el valor que posee el carnaval como instrumento de comunicación e interacción social, a partir de su condición de producto cultural. En este sentido, se describe la triada comunicación, cultura y carnaval, la cual encarna las dimensiones propias del hombre caribe. El texto establece una polisinfonía de voces donde cada autor, desde Eco, Barthes, Bourdieu, Canclini, Sinning hasta Zubieta plantean el valor de la cultura como producto social que devela el pensamiento del hombre para generar nuevos procesos de comunicación.

Palabras clave: cultura, discurso, carnaval, fiesta, comunicación.

Abstract

Based on a study of the linguistic map of lexical variants in the Atlántico region of Colombia, this article attempts to identify the value of the annual carnival celebration as a tool for communication and social interaction, based on its nature as a cultural product. The triad of communication, culture and carnival, which embodies the particular dimensions of the inhabitants of the Caribbean coast, is described in this sense. The article establishes a multiple symphony of voices in which each author, from Eco, Barthes, Bourdieu, Canclini and Sinning to Zubieta looks at cultural value as a social product that prompts man to generate new processes for communication.

Key words: Culture, discourse, carnival, festivities, communication.

* Néstor García-Canclini (La Plata, Argentina, 1939) es un antropólogo argentino contemporáneo. Ha tratado el tema de la posmodernidad y la cultura tomando en cuenta una perspectiva latinoamericana.

1 Magíster en Lingüística. Profesor titular Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, Universidad Autónoma del Caribe, Barranquilla, Colombia. espinosa200018@hotmail.com

Recibido: 25/02/10
Reenviado: 20/04/10
Aceptado: 05/05/10

Introducción

El discurso psicodialectal, el arte popular, la producción de artesanías y la posibilidad de generar medios de trabajo, encarnan las dimensiones semióticas del Carnaval de Barranquilla como producto cultural inserto en tramas de significación que el hombre atlanticense ha tejido desde los inicios de la fiesta del Rey Momo.

No obstante, la cultura como soporte de la comunicación y de la información, ha de considerarse un *starter*² (Espinosa y Salcedo, 1995) en los escenarios del hombre (Zubieta, 2000) porque a través de ella surgen las más variadas creaciones artísticas,

perspectiva que aparece como una cultura transgresiva integrada por prácticas discursivas y no discursivas. Un problema es que las prácticas discursivas son eminentemente orales. En el arte occidental, éstas sientan las bases del realismo grotesco que constituirán, después en el romanticismo, un canon grotesco que se opondrá al clásico (p. 28).

En consecuencia, el análisis del capital cultural y de su campo simbólico constituyen la raíz de estas reflexiones orientadas a describir cómo detrás de una apariencia desinhibitoria y desestresante de la fiesta carnestolenda se expresan diferencias sociales e intereses por la supervivencia que hace parten de este connotado hecho.

Metodología

Investigación de corte cualitativo-etnográfico; se hizo uso de entrevistas, grabaciones y del análisis exhaustivo de datos. Además, se seleccionaron expresiones para luego relacionarlas con la triada cultura, comunicación y carnaval; des-

2 La palabra *starter* se refiere al grado de motivación que presentan los sujetos para comenzar una conversación, donde la relación se establece por el grado de conocimiento que ambos tengan de su realidad social, cultural, política y religiosa.

pués se identificaron dimensiones y componentes como lo psicodialectal y diantropológico, lo que mostró el modo de ser del barranquillero y del atlanticense de la Región Caribe. El estudio, financiado por la Universidad Autónoma del Caribe, tuvo como objetivo principal identificar la relación cultura, comunicación y región en la fiesta del Rey Momo.

La función conectiva de la cultura

La cultura, de acuerdo con la Unesco (1982), debe ser entendida como el conjunto de los rasgos distintivos espirituales, materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, las maneras de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.

De esta forma, la posibilidad de pensar la cultura como espacio de la reproducción social y, al mismo tiempo, como contexto privilegiado para la innovación y la resistencia, se inscribe en las nuevas concepciones que orientaron el cambio de rumbo de las ciencias sociales en el siglo XX, y le dieron al concepto de lo cultural el verdadero papel que debe cumplir en la humanidad como soporte para conectar al hombre con sus dimensiones sociales, políticas, religiosas, económicas y artísticas.

Desde todas las aristas es meritorio observar el fenómeno de la cultura para entender por qué otros (individuos y sociedades) son importantes y algunos resultan relegados a mausoleos sin sentido. No puede darse una sociedad sin cultura y sin educación, ambas van de la mano para ayudar al hombre a salir del marasmo en que se encuentra³.

3 La cultura es, entre otras cosas, un territorio de tensiones entre el cambio y la continuidad, el acercamiento de Bourdieu permite entender no sólo el momento reproductivo, sino el conflicto entre contendientes desnivelados en la lucha por la apropiación material y simbólica de distintos tipos de capital que se libra en los espacios

El término cultura ha ido tomando fuerza; los gobiernos se reúnen en Copenhague para tratar de entender lo que dijeron los indígenas hace años cuando llegaron los españoles a América Latina: el planeta se está acabando, ellos lo han entendido así desde las montañas, desde esos sitios estudian el cosmos mejor que cualquier científico y pueden predecir sobre el mal uso que hace el hombre de la naturaleza y sus consecuencias en la tierra. “Los gobiernos capitalistas, sin embargo, salvarían el planeta si se meten con sus bancos y sus propiedades”⁴. Pero el calentamiento global, el aumento del calor y las olas del mar, apenas cobran importancia para los gobiernos como estrategia política para solicitar ayuda internacional.

En sus dimensiones más antropológicas, la cultura funciona no como un “estándar de excelencia arbitrario”, sino como una forma de vida generalizada que desarrolla y muestra la aplicación de ciertos sistemas de valores y creencias reflejados en las acciones e instituciones humanas. En otras palabras, cultura significa todas las acciones producidas por la intervención humana: estructuras de gobierno, tecnologías de comunicación, lenguaje, ideologías políticas, religión, instituciones educativas, costumbres sociales, entre otras.

Así, se puede entender la cultura como un tipo de comunicación (Eco, 2005), una estrategia para resaltar toda una gama de aspectos relegados, pequeños, escondidos en los intereses del Estado porque no significan gran cosa. Por eso se invierte más en lo que ya está constituido, en lo que ya se conoce, que en lo que no interesa, lo que está ausente. Es decir, es necesario pensar como Bourdieu (1990) que la cultura política será entendida

pluridimensionales de posiciones que él denominó “campos”, una de las categorías más útiles y potentes del arsenal conceptual del sociólogo. Extraído de: <http://www.cge.udg.mx/revistaudg/rug24/bourdieu4.html>. [Fecha de consulta: 2 de marzo de 2010].

4 Aparte del discurso del presidente Evo Morales en Copenhague, diciembre 17 de 2009.

Cultura significa todas las acciones producidas por la intervención humana: estructuras de gobierno, tecnologías de comunicación, lenguaje, ideologías políticas, religión, instituciones educativas, costumbres sociales, entre otras.

como el conjunto de normas, representaciones, valores y comportamientos sociales dominantes en un momento histórico y en una sociedad determinada⁵. Al respecto Geertz (1973), citado por Ana María Zubieta (2000), dice:

La cultura no es una entidad, algo a lo que puedan atribuirse de manera causal acontecimientos sociales, modos de conducta, instituciones o procesos sociales; la cultura es un contexto dentro del cual pueden describirse todos esos fenómenos de manera inteligible (p. 51).

Pero reducir toda la cultura a comunicación no significa reducir toda la vida material a “espíritu” o a una serie de acontecimientos mentales puros. Ver a toda la cultura *sub specie communicationis* no quiere decir que la cultura sea solamente comunicación, sino que ésta puede comprenderse mejor si se le examina desde este punto de vista. Y que los objetos, los comportamientos, las relaciones de producción y los valores funcionan como tales desde la óptica social, precisamente porque obedecen a ciertas leyes semióticas (Eco, 2005).

En palabras de Alfonso Fuenmayor (1964), el carnaval es una prolongación espontánea, una manifestación natural del espíritu de los “ba-

5 Artículo 2. De la diversidad cultural al pluralismo cultural. En nuestras sociedades cada vez más diversificadas, resulta indispensable garantizar una interacción armoniosa y una voluntad de convivir de personas y grupos con identidades culturales a unos tiempos plurales, variados y dinámicos. Las políticas que favorecen la integración y la participación de todos los ciudadanos garantizan la cohesión social, la vitalidad de la sociedad civil y la paz. Definido de esta manera, el pluralismo cultural constituye la respuesta política al hecho de la diversidad cultural. Inseparable de un contexto democrático, el pluralismo cultural es propicio para los intercambios culturales y el desarrollo de las capacidades creadoras que alimentan la vida pública.

rranquilleros y esta circunstancia, precisamente, es la que le da un sabor único, inimitable, y la que hace, la que ha hecho por décadas innumerables, que esta festividad sea alegre y sana, extraña por completo a las turbiedades que suscitan los malos instintos” (p. 16).

Por otra parte, el periodista destaca la evolución de la festividad en su forma local, la cual se circunscribe a las gentes allí nacidas o radicadas. Esta vocación que se tomaba el espíritu alegre del barranquillero, con el tiempo fue ampliándose en un avance seguro, inexorable; el campo de su influencia fue subyugándose con la inmanente fuerza de su propia fascinación, a núcleos humanos cada vez más amplios (Fuenmayor, 1964).

La fiesta del Rey Momo⁶, como medio de comunicación o fuente de información, busca establecer el valor que ésta posee en la conciencia del hombre caribe, pero sobre todo en la condición del atlanticense⁷, barranquillero, para explorar más allá de una manifestación artística situaciones que tienen una explicación barthiana y bajtiniana: vender los electrodomésticos, endeudarse, empeñar el televisor, la nevera, entre otros, con el ánimo de estar en los cuatro días de la fiesta, porque el carnaval representa la cosmovisión universal del pueblo durante los milenios pasados. Según Bajtín (1993),

es una percepción del mundo que libera del miedo, que acerca el mundo al hombre, al hombre, a otro hombre (todo se concentra en la zona del libre contacto familiar); es una percepción del mundo basada en la alegría del cambio y su jocosa relatividad que se opone a la seriedad

6 Al Rey Momo, como dios único y aproblemático, es posible reconocerlo entendiendo que detrás de su máscara hay un dios de muchas cabezas, una multiplicidad de dioses, un espejo en el que poner la cara. Sobre esta aporía se basa la noción del carnaval como espacio barroco, engañoso y truculento —donde una máscara cubre a otra, y ésta a otra— que reclama cuidado y discernimiento. Extraído de <http://www.henciclopedia.org.uy/autores/Remedi/CarnavalIII.htm>. [Fecha de consulta: 16 abril de 2010].

7 El término carnaval no sólo debe orientarse hacia la ciudad sino hacia el departamento porque muchas de las danzas vienen de todos los municipios que conforman la región.

Las carnestolendas son manifestaciones culturales de muchos países del mundo. Son famosas la de Venecia, la de Río de Janeiro, la de Uruguay, como fiestas del antifaz y del burlesco. En el fondo existe entre ellas una línea que las une: el color, la risa, el amor y la bulla.

unilateral y ceñuda generada por el miedo-seriedad dogmática, hostil a la generación y cambio, que pretende petrificar una sola fase de desarrollo de la vida y la sociedad. La percepción carnavalesca del mundo solía liberar precisamente de esta clase de seriedad. Pero en ella no existe la negación total, así como la frivolidad o el trivial individualismo bohemio (p. 226).

Como bien se conoce, las carnestolendas son manifestaciones culturales de muchos países del mundo. Son famosas la de Venecia, la de Río de Janeiro, la de Uruguay, como fiestas del antifaz y del burlesco. En el fondo existe entre ellas una línea que las une: el color, la risa, el amor y la bulla. Podría realizarse un estudio de una *cultura del carnaval* que sorprendería al mundo porque la manera como lo preparan es casi una lección del comportamiento humano extraordinario (Soto, 1999).

En el Caribe de América adquiere connotaciones propias al ser expresión de un pueblo racial triétnico donde se manifiestan tres niveles culturales unificados en uno solo, aunque diferentes en su origen: el del hombre europeo, el del aborigen americano, y el de la raza negra traída de África. Se toma como referente al Carnaval de Barranquilla para estudiarlo como producto cultural por sus características sui generis, tanto a nivel espiritual como material. Factores que brindan la posibilidad de ser comunicados a numerosos actores quienes, además, tienen la posibilidad de ser agentes productivos dentro de esta actividad.

En consecuencia, la cultura es el conjunto de todas las formas, los modelos o los patrones, explícitos o implícitos, a través de los cuales una sociedad regula el comportamiento de las personas que la conforman. Como tal incluye costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestimenta, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias. Desde otro punto de vista, se puede decir que cultura es toda la información y las habilidades que posee el ser humano, por eso hay que incluir la forma como el hombre hace uso de lo epistémico para comprender y actuar en comunidad.

Barthes (1991), citado por Pericles (2007), manifiesta que esto implica que la interpretación se centre en los productos de la cultura y en los contextos y las prácticas dentro de los cuales sus significados, cuando se inculcan socialmente, se distribuyen y consumen.

En efecto, la cultura usada como instrumento comunicativo tiene dos posibilidades: una que se denomina externa, que son modelos o patrones a través de los cuales los sectores interesados regulan el comportamiento de las personas y le brindan expectativas que tienen que ver con lo aparentemente espiritual o recreativo de la fiesta del Rey Momo. Así, a la gran mayoría se les presenta a través de los medios como una forma de exteriorizar la alegría y de olvidar represiones, frustraciones, alienaciones y conductas frustrantes, como una forma de lograr el disfrute hedonista de los productos artísticos de éste, como la danza, el baile, el desorden masivo, en última instancia, los beneficios propios del contexto mercantilista (Lizcano y González 2009). Trae beneficios no solo para las grandes industrias, como las cerveceras y los hoteles, sino para la minoría: comerciantes, propietarios de sillas, de bailes, de ventas de licor, droga, o espectáculos enmarcados en la nueva concepción neoliberal que ha privatizado a esta fiesta en sus actos más significativos. De esta manera, en Barranquilla,

La cultura es el conjunto de todas las formas, los modelos o los patrones, explícitos o implícitos, a través de los cuales una sociedad regula el comportamiento de las personas que la conforman.

al pueblo que creó la carnestolenda en su formas artísticas básicas como danzas, cumbias, disfraces, se le recorta su derecho a la participación en los grandes desfiles y espectáculos (Batalla de Flores, Gran Parada, Festival de Orquestas, el garabato del Country), alienándolos de lo que ellos mismos han creado. Los que ostentan el poder de decisión en la fiesta han privatizado, en alto porcentaje, lo que se comunica como alegría o desalienación, siendo una farsa que se vale del pueblo para utilizarlo en el consumo de alcohol, drogadicción y desorden.

En Barranquilla, los disfraces más significativos han sido creados por la gente sencilla del pueblo a partir de sus vivencias: el monocuco, la mari-monda, los congos y sus danzas tradicionales, la danza del Torito y toda una compleja creación artística que permitió que la Unesco considerara al Carnaval de Barranquilla Obra Maestra del Patrimonio Oral e Inmaterial de la Humanidad, el 7 de noviembre de 2003, en una ceremonia presidida por el director general de la Unesco, Koichiro Matsuura, en presencia del jurado y su presidente, el escritor español Juan Goytisolo. El Carnaval constituye un valor excepcional dentro del proceso de selección porque es el único espacio real donde las tradiciones dancísticas y creativas de disfraces y de crítica social del Caribe colombiano se pueden expresar y apreciar. La danza ha sido, por tanto, un lenguaje que expresa procesos de convivencia y solidaridad entre los miembros que conforman el baile⁸.

⁸ www.unesco.org/delegates/colombia/cultura2.htm [Fecha de consulta: 17 de enero de 2010].

Un comunicador moderno encontrará en estas fiestas fuente de información y de creación comunicativa, es decir, otros patrones de conducta verbal y diantropológica

Esta decisión es resultado del prestigio que ha alcanzado el Carnaval de Barranquilla debido a la creatividad del pueblo, al jolgorio, a los niveles de danzas, cumbias, disfraces, letanías y crítica social, lográndose una alta participación del capital privado; sin embargo, la privatización neoliberal no ha frenado su desarrollo y su prestigio internacional porque la gente no ha permitido su desaparición. Cada día las reinas se mezclan más con los desfiles y el colorido de la fiesta del Rey Momo.

La segunda posibilidad de la definición de cultura que aquí se está comentando y que plantea expectativa de comunicación se refiere a la información y las habilidades que posee el atlanticense para que sus productos llamen la atención y no pierdan su valor de fiesta.

Entonces, el carnaval como acto semiótico complejo genera comunicación e información para artistas, pintores, decoradores, productores de sombreros, máscaras, vestimentas, ponchos, sombreros vueltiaos, la ropa de colores estridentes, colganderos de toritos, tigres y congos (Pérez, 2005), fantasías y carrozas que durante todo el año implementan su creatividad para mostrarla durante la época carnestoléndica. Un comunicador moderno encontrará en estas fiestas fuente de información y de creación comunicativa, es decir, otros patrones de conducta verbal y diantropológica (Espinosa et ál., 2010). Como se observa, desde un comienzo aparece en el horizonte constructivo el elemento comunicativo.

Por otro lado, dentro de estas características no se puede desconocer la presencia de la mencio-

nada privatización en muchos actos del Carnaval; el capital del sector privado debe tener respeto por la creatividad popular y permitir su participación en actividades que para ellos son altamente productivas dentro de la fiesta como el caso de cantineros, meseros, administradores de negocios, carpinteros, decoradores, estilistas, costureras, entre otros, que tienen una preocupación e interés para solucionar sus problemas económicos dentro de un marco de racionalidad. Para ellos el Carnaval no se puede acabar y les da la posibilidad de cambiar su situación económica.

De esta manera, la privatización del Carnaval no se puede ir lanza en ristre contra quien lo ha creado: el pueblo. Si existe un ente privado que lo organiza este no debe profundizar las diferencias sociales, sino brindar garantías para que esta fiesta de masas siga comunicando sin tapujos las diferencias, los consensos y los disensos de una nación.

Carnaval y cotidianidad

Son variados los fenómenos comunicativos que el carnaval puede ofrecer; en el caso de Barranquilla, transmite para muchos actores la falta de preocupación (Sinning, 2000), el desconecte total de sus obligaciones como ser.

El carnaval como fiesta sin límites permite al carnavalero beber y comer hasta más no poder es —como las otras fiestas— la ocasión cuando el individuo colectivamente suspende sus labores diarias para comer, beber y agotarse hasta donde le permitan sus fuerzas. Este período era concebido como de despilfarro porque el contrario, el ahorro, era el resto de días del año (p. 191).

Otro hecho emergente y de alto asentamiento propio del carnaval es el aumento significativo de las relaciones amorosas que se disparan durante los carnavales. Las personas solteras utilizan esta época para buscar pareja o novio.

También se incrementa la infidelidad amorosa. Por tanto, instituciones gubernamentales aprovechan esta temporada del año para realizar campañas de uso de preservativos y diversos métodos anticonceptivos con miras a ejercer un control de la natalidad no deseada.

Los medios de comunicación no deben exagerar y “enloquecer” a muchos actores sociales con una comunicación desalienante, exagerada, ya que en sí mismo el carnaval comunica extroversión y muchas personas, que se caracterizan por su comportamiento vertical, durante este evento se desordenan o se salen de su marco de rectitud y se tornan extrovertidos. En suma, el carnaval interpreta la vida misma, y durante cierto tiempo el juego se transforma en vida real. Esta es la naturaleza específica del carnaval, su modo particular de existencia.

A lo anterior se suma el rico lexicón (Espinosa et ál., 2010) que produce la fiesta carnalera, hecho que se proyecta gracias a los medios que con su poder hacen uso de locuciones que armonizan la fiesta. Entre las voces se pueden citar guacherna, gozadera, recocha, monocuco, rumba, pea pea, marimonda, y otra infinidad de términos que afloran como recursos lingüísticos propios para encajar en situaciones y campos semánticos de la comunicación diaria.

La Unesco (1982), en sus artículos siete y ocho de la Declaración de México, Diversidad Cultural y Creatividad, afirma que ante los cambios económicos y tecnológicos actuales, que abren vastas

El carnaval interpreta la vida misma, y durante cierto tiempo el juego se transforma en vida real. Esta es la naturaleza específica del carnaval, su modo particular de existencia.

perspectivas para la creación y la innovación, se debe prestar particular atención a la diversidad de la oferta creativa, al justo reconocimiento de los derechos de los autores y de los artistas, así como al carácter específico de los bienes y servicios culturales que, por ser portadores de identidad, de valores y sentido, no deben ser considerados mercancías o bienes de consumo como los demás.

En este sentido, las políticas culturales, en tanto que garantizan la libre circulación de las ideas y las obras, deben crear condiciones propicias para la producción y difusión de bienes y servicios culturales diversificados, gracias a industrias culturales que dispongan de medios para desarrollarse en los planos local y mundial. Al tiempo que respeta sus obligaciones internacionales, “cada Estado debe definir su política cultural y aplicarla utilizando los medios de acción que juzgue más adecuados, ya se trate de modalidades prácticas de apoyo o de marcos reglamentarios apropiados” (Unesco, 1982).

Lo anterior confirma lo que se ha venido argumentado con Bourdieu (2002) y Eco (2005), quienes estudiaron el concepto de cultura más allá de un objeto, los pueblos y sus representaciones vernáculas. La cultura, entonces, es comunicación por excelencia, por tanto hay que rescatar de lo más ínfimo, lo más profundo de los ideales de los gobernantes de turno, los intersticios de cultura que permanecen; visitar las universidades, los barrios de las ciudades,⁹ las veredas, corregimientos, casa por casa, hasta percibir, hasta tocar los grupos raizales que pertenecen a un país, y de esta manera proyectar, como en una película, los sentimientos más profundos de cultura¹⁰. También, apoyar la movilidad de

9 “Necesitamos darles visibilidad”. ¿Cuál es el papel de la escuela en todo ello?

10 “Pero desde el control remoto y desde el ratón hay que organizar la diversidad cultural donde se desarrollen opciones de vida inteligente”. Esta función siempre será del profesorado, argumenta Canclini. La tesis básica del materialismo histórico es que la superestructura (en alemán: *überbau*) depende de las condiciones económicas en las

creadores, artistas, investigadores, científicos e intelectuales y el desarrollo de programas y actividades conjuntas de investigación de carácter internacional, procurando al mismo tiempo preservar y aumentar la capacidad creativa de los países en desarrollo y en transición (García Canclini, 1988).

Williams (1997), citado por Ana María Zubieta (2000), lleva la cultura a un modo “concreto de acción social y material. Tal variación teórica implica una revisión de lo hecho en términos de clasificación de la cultura como superestructura y, también implica superar el lugar secundario que ocupa en los procesos sociales como se pensó históricamente” (p. 147).

Carnaval y discurso

Por otro lado, no puede escribirse sobre carnaval y cultura sin mediar palabras sobre el concepto de lengua, vehículo del pensamiento del hombre. La mayoría de los casos, la única lengua conocida para aprender y enseñar, es la reconocida por el Estado, es a través de ella como se conocen las manifestaciones populares; lo psicodialectal¹¹ aflora con la significación propia que cada individuo le aplica a sus mensajes (Espinosa et ál., 2010).

La lengua que hablamos se fragmenta en dialectos, sociolectos y jergas que la hacen cada día más compleja. En Barranquilla, por ejemplo, existen todavía barrios como San Salvador, Nueva Colombia, Sourdís y La Manga, que conservan su lengua africana, y en ciertos sitios de Cartagena, también. (Amaya, Trillos y Pérez, 2008). El reconocimiento de las lenguas permi-

que vive cada sociedad, de los medios y las fuerzas productivas (infraestructura). La superestructura no tiene una historia propia, independiente, sino que está en función de los intereses de clase de los grupos (clase/s dominante/s) que la han creado. Los cambios en la superestructura son consecuencia de los cambios en la infraestructura.

11 Término usado por primera vez por Espinosa (2010). Se refiere al comportamiento verbal a la hora de hablar con el otro.

La lengua española ayuda a la materialización del pensamiento del hombre latinoamericano, y hace que sus ideas sean comunes para rescatar lo que las nuevas generaciones solo ven en la televisión de hoy: una cultura sin cultura.

te entender el comportamiento diantropológico de las personas (Espinosa et ál., 2010), su escenario y modo de significar todo lo que hace y expresa: la importancia de los colores, letanías, vestimenta, carrozas, flores, figuras artísticas, danzas triétnicas, disfraces, mascaradas, entre otros, de ahí que el lenguaje recoja lo espiritual y lo material del hombre.

El español es la lengua que une la América de habla hispana, es lo que la hace identitaria lingüística y culturalmente. Por tal razón, la lengua española ayuda a la materialización del pensamiento del hombre latinoamericano, y hace que sus ideas sean comunes para rescatar lo que las nuevas generaciones solo ven en la televisión de hoy: una cultura sin cultura.

Por lo anterior, la forma como se hace uso del discurso carnavalero se representa en las letanías y en los letanieros (Ramos, 1999), quienes aprovechan la oportunidad del período de carnaval para poner a la luz pública una serie de chismes, de sucesos, de graves hechos silenciados o encubiertos por el gobierno, la prensa, la radio y la televisión oficial o privada. La letanía es un acto comunicativo que da cuenta del carácter o grado de significación que el letaniero narrador otorga al contexto sociocultural, lingüístico y a la realidad social. Ellas permiten reflejar la competencia diantropológica¹², el nivel de conocimiento, la visión del mundo, y el propósito social del grupo que las elabora.

12 Término que se refiere al hombre permeado por la cultura como la música, los piropos, las leyendas, el humor, los diálogos en las esquinas, entre otros.

Eco: dependencia cultura-comunicación

Como sustento de lo que aquí se estudia es importante considerar la cultura como un medio de comunicación expresado en dos hipótesis (Eco, 2006):

La primera suele circular en su forma más radical: "La cultura es comunicación", esta formulación que contiene todos los peligros del idealismo, se traduce en que "toda cultura se ha de estudiar como un fenómeno de comunicación". Nótese que se dice: "Se ha" y no "se puede". Como veremos, no solo se puede estudiar la cultura como comunicación, sino que para establecer algunos de sus mecanismos fundamentales se ha de estudiar precisamente como tal. Y también es distinto decir que la cultura "se ha de estudiar como" o decir que la cultura "es comunicación". No es lo mismo decir que un objeto es *esentia liter* de alguna cosa, o que puede ser visto *sub ratione* de esta cosa (pp. 28-31).

En cuanto a la segunda hipótesis, sobre la relación entre carnaval y comunicación Eco (2006) señala:

La segunda hipótesis establece que todos los fenómenos de cultura pueden convertirse en objetos de comunicación. Si profundizamos en esta formulación nos daremos cuenta de que simplemente quiere decir lo siguiente: cualquier aspecto de la comunicación se convierte en unidad semántica. En otras palabras: una semántica desarrollada no puede ser otra cosa que el estudio de todos los aspectos de la cultura, vistos como significados que los hombres se van comunicando paulatinamente (p. 31).

Posteriormente, el autor profundiza más sobre la segunda hipótesis señalando que esta intenta decir algo más... esta hipótesis afirma que los sistemas de significados (entendidos como sistemas de entidades o unidades culturales) se constituyen en estructuras (campos o ejes semánticos)

que obedecen a las mismas leyes, la forma del significante (Eco, 2006).

Si se parte de los anteriores criterios para explicar el carnaval como producción y producto cultural, se hace necesario tener una visión amplia sobre lo que es la cultura para poder resaltar el conjunto de expectativas de comunicación insertas en ella. Por tanto, el concepto amplio de cultura se puede enmarcar dentro de las posibilidades de comunicación que el carnaval genera. Por eso hay que resaltar el papel que cumplen las letanías para comunicar lo oculto, lo tapado (Ramos 1999), como medio con que cuentan los sectores sociales menos favorecidos, en condiciones de pobreza. "Ellos reaccionan con el arma de la creatividad, usando un lenguaje a través del cual plantean su filosofía de la vida, su forma de hacer críticas; por eso, los reducen al marginamiento, los califican de productores de textos indecentes, inescuchables, degenerados y vulgares" (p. 25).

Por eso, el pueblo contrarresta con su creatividad y comunica no sólo a través de los medios que ostentan el poder, sino a través de lo que la gente llama radiobomba¹³. Espectáculos del pueblo como el desfile de la calle 17, el de la Avenida Cuartel, la muerte de Joselito, comunican el sentir y la participación masiva del pueblo barranquillero hacia alternativas que vuelcan la necesidad de que se comunique sobre lo que es la verdadera esencia espontánea, libre, descomercializada y auténticamente creadora de cultura: el carnaval.

El carnaval es un acto discursivo¹⁴ espontáneo que debe salirse de su visión estratificante, lo

13 Se trata de un término originado en el área del Caribe y utilizado en los países de habla hispana en general, donde "radio bamba" significa la "boca popular", la común, la que no se interrumpe por problemas de impresión, y la que no espera sino por el entusiasmo de artistas y públicos.

14 En efecto, al analizar el discurso carnavalesco se descubre que Momo, símbolo de encuentro de lo popular-nacional, parece admitir narrativas y cultos discordantes y opuestos que implican posicionamientos

que significa que en él deben participar libremente todos los estratos sociales como venía sucediendo antes de que estas fiestas se privatizaran. Aunque las clases altas también expresan su creatividad, parece ser una ley social que el folclor popular, la condición carnavalesca y artística compleja con mayor sentido crítico y de cuestionamiento social, (mamagallismo) esté latente en los estratos bajos que son los que crean en un porcentaje alto las formas artísticas más significativas del carnaval ya mencionadas¹⁵. Bajtín (1965), citado por Ana María Zubieta (2000), propone una dicotomía cultural: la influencia recíproca entre cultura alta y baja, esto es, entre cultura popular y cultura oficial.

Finalmente, este artículo de reflexión, producto de investigación, expresa que la cultura encuentra en el carnaval un acto complejo de comunicación que debe fundamentarse dentro de una semiótica política que establezca derechos para que primen los intereses colectivos sobre los individuales, y se destaque el principio de igualdad que se señala en la Carta Magna, donde no debe existir discriminación racial, política, económica y de ningún tipo. Por tanto, se deben abrir espacios de comunicación en los medios donde la opinión pública exprese su punto de vista y amplíe los canales para el logro de la participación popular.

y actitudes sociales, políticas divergentes y hasta antagónicas. Tras la apariencia de un solo Momo y un solo culto, tres son los paradigmas o las narrativas subyacentes que es posible reconstruir y analizar: el culto a *Momo Ortodoxo*, el culto a *Momo Dionisiaco* y el culto a *Momo Bíblico*. Este último puede, a su vez, ser descompuesto en dos narraciones combinadas: por un lado, la historia del Dios Ausente, el murguista peregrino y *Momo Fénix*, y por otro, *Momo Escatológico*. <http://www.henciclopedia.org.uy/autores/Remedi/CarnavallIII.htm> [Fecha de consulta: 31 de enero de 2010].

15 El carnaval es la segunda vida del pueblo, basada en el principio de la risa. Es su vida festiva. La fiesta es el rasgo fundamental de todas las formas de ritos y espectáculos cómicos de la Edad Media. Todas esas formas presentaban un lazo exterior con las fiestas religiosas. Incluso el carnaval, que no coincidía con ningún hecho de la vida sacra, con ninguna fiesta santa, se desarrollaba durante los últimos días que precedían a la gran cuaresma (de allí los nombres franceses de Mardi gras o Caremeprenant y, en los países germánicos, de Fastnacht. <http://www.marxists.org/espanol/bajtin/index.htm> [Fecha de consulta: 17 de enero de 2010].

Según la Unesco (1982), la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos.

Según la Unesco (1982), la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el sujeto se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden.

Por lo anterior, la cultura es un medio que comunica más de lo que la gente piensa, muestra fenómenos que están ausentes y latentes en el comportamiento del homo sapiens; considérese entonces cómo puede servir para resolver situaciones y conflictos de región que pueden ser desde la problemática indígena hasta la caída de un presidente. El caso de Ecuador y Bolivia, que siempre han dependido de los indígenas para mantenerse en el poder, es un ejemplo digno de estudiar.

La cultura, como elemento detonante, se convierte en el eje del componente diantropológico que permea todos los procesos de comunicación del hombre, y el único que lo hace humano. De esta forma, la cultura influye en la representación de la historia al revés. Es decir, no se puede recurrir a un significado final e indiscutible. Así pues, según Barthes (1991), debe destacar visualmente lo que está explicando, para darle un significado pragmático y mostrar cómo está arraigado en la realidad de las figuras, los espa-

cios y las prácticas culturales. Hay una enorme diferencia entre comprender ejemplos y reproducir una ideología. El carnaval es una ideología, “una ciencia de ideas”, es un instrumento interpretativo, un filtro de percepción utilizado por la subjetividad del pueblo para entender el mundo que le rodea, es decir, la ideología se puede compartir cuando se articula como acción social por mediación humana. Sin embargo, para el pensamiento marxista, la ideología es una distorsión de la realidad porque crea una “falsa conciencia”. Por tanto, el proceso de interpelación ideológica es inconsciente y crea mitos como el sentido común. Esta apariencia de la naturalidad de una idea se denomina el “efecto ideológico”, el cual está desde hace muchos años en la conciencia cultural de los barranquilleros y atlanticenses en general. Por eso hay que estudiar el carnaval como una teoría idiosincrásica que merece conocerse y plantearse no sólo como cultura sino como una forma de reconocer al otro, y como estirpe de proyecciones filosóficas y diantropológicas en el Caribe colombiano.

Por eso el carnaval, visto desde lo semiótico, es el teatro natural en que los animales y seres animalescos toman el poder y se convierten en los dirigentes.

En el carnaval, hasta los reyes se comportan como el pueblo. La conducta cómica, antes objeto de un juicio de superioridad de nuestra parte, se convierte, en este caso, en nuestra propia regla. El mundo al revés se convierte en la norma. El carnaval es la revolución (o la revolución es carnaval): se decapita a los reyes y se corona a la multitud (Eco, 1998, pp. 11-12).

La fiesta posee un andamiaje de alta complejidad significativa, explicable por disciplinas como la sociología en lo que respecta a la denuncia y a la estratificación social que se da en este acto; la economía que muestra el manejo de las relaciones de producción, distribución y consumo que se llevan a cabo en esta festividad; la política

La voz comunicación tiene su raíz en la palabra latina *comunis*, que representa lo “común”, término que a su vez quiere decir “poner a la luz de todos”.

que permite identificar las relaciones de poder que se implementan a través de este evento; la historia que establece el decurso diacrónico evolutivo de este fenómeno cultural; la diantropología que explicita al hombre como creador de arte y de elementos ideológicos, religiosos (Espinosa et ál., 2010); la represión y otra serie de comportamientos psíquicos generados por este acto de cultura; la lingüística que analiza expresiones y discursos carnavaleros, y otras ciencias relacionadas con el pensamiento social. En fin, la carnavalización representa la actualidad cotidiana, lo cual resulta estar incluido en una acción argumental caracterizada donde lo normal y permanente se conjugan con lo excepcional y lo mutable (Bajtín, 1993).

Comunicación y carnaval

Hasta el momento, la triada comunicación, cultura y carnaval ha establecido la relación entre ellas para explicar el papel ideológico y protagónico que cumple la fiesta del Rey Momo en la conducta de los atlanticenses.

La voz comunicación tiene su raíz en la palabra latina *comunis*, que representa lo “común”, término que a su vez quiere decir “poner a la luz de todos”. Significa hacer común la información que se tiene del mundo a través del tipo de metalenguaje que se maneje. Por eso los códigos lingüísticos son precisos para entender lo que otros quieren expresar con sus mensajes. Los humanos hemos creado este sistema cuyo único propósito es producir un símbolo que llamamos “palabra” para objetos específicos, ideas, sentimientos. Se podría decir que la red del lenguaje

es el mejor sistema conocido hasta ahora para la creación de símbolos, y no hay otro animal que lo tenga. En el caso del carnaval todo se hace común con los signos que representan una ideología y una idiosincrasia propia de las esferas sociales del Caribe. Entender el carnaval significa captar todos los sentidos y las connotaciones que envuelve una carroza, el color, el maquillaje, las comparsas, los desfiles, la música, la maicena, los gritos, el romance en los burdeles apartados de la urbe, los gays y su espacio conquistado, y los adornos fabricados por los artesanos de los 23 municipios que conforman el departamento del Atlántico, es decir, todo comunica, es texto, refleja sentido y se establece un vínculo entre el objeto y lo representado (Sinning, 2004). El resultado ha sido mantener el tiempo de carnaval como el espacio para la irreverencia, la libertad, la ironía, la burla, en fin, para la más cruda crítica social. Esta perspectiva la comparte Barthes como una especie de correspondencia básica con el objeto representado.

Entre tanto, Torrico (2004) considera que la comunicación es inherentemente social:

una práctica social de producción y circulación significativas que posibilita la interacción humana bajo ciertas condiciones históricas puesto que implica una relación entre, por lo menos dos sujetos, que exteriorizan —mediante codificaciones signícas o simbólicas— su predisposición o su voluntad para interactuar. Por consiguiente, el objeto de estudio de la comunicación es el proceso social de producción, circulación mediada, intercambio desigual, intelección y uso de significaciones y sentidos culturalmente situados (pp. 18-21).

Lo anterior reafirma más la relación comunicación y carnaval bajo el manto de la cultura como respuesta a todo lo que el hombre haga para su beneficio y destrucción. El carnaval es otra forma de comunicar, de hacer común la creatividad de la gente, de entender su raza y

su comportamiento verbal-psicodialectal¹⁶. Cada comunidad manifiesta su propia manera de interactuar, de generar un mundo signíco que la muestre como diferente en su comunicación. Cuando se observa en la calle 72 de la ciudad de Barranquilla el *merchandising* de productos alusivos a la fiesta del Rey Momo se entiende más el concepto de carnaval y comunicación porque toda comunicación posee un contenido (lo que decimos) y una relación (a quién y cómo se lo decimos); a través de la comunicación todos podemos expresar nuestra forma de ser y la visión de la relación con la otra persona. El discurso de la sensualidad representa un contradiscurso y un cuestionamiento contra el lenguaje (Bolaño, 2005). Es llegar a expresar mensajes a través de otras formas que hablan de otra manera. Una comunicación no sólo transmite información sino que, al mismo tiempo, impone una conducta o un comportamiento. Se comunica con otro discurso: el color, la forma, el signo, la tela, los penachos de flores, las plumas, las gafas oscuras, los adornos, las comedias callejeras, los garabatos, los faroles de múltiples colores, la cabeza con máscara de pájaro, la cucamba¹⁷, y la mascarada humana representada en figuras de animales y seres como de otros mundos que sirven de puente para decir lo que no se puede expresar sin ellas.

El lenguaje permite el conocimiento y la comprensión, y se convierte así en el eje de la conciencia transformadora, de la innovación social. En el horizonte de la acción comunicativa resplandece una sociedad reflexiva y libre, que se une por el conocimiento y no por la imposición o el temor. Es la autonomía de la razón comunicativa. El triunfo del ágora (el carnaval con su discurso). En el lenguaje está la base de la democracia, porque

16 Voz empleada en la investigación del mapa lingüístico del departamento del Atlántico, variante léxica.

17 Voz aparecida en el *Glosario ilustrado del Carnaval de Barranquilla, un proyecto piloto de lexicografía moderna*, de la profesora Marlene Luna Vega. Revista *Pensamiento y Cultura* 2008, 11 (1), 139-160.

permite una comunicación e interacción eficaz, equilibrada y libre¹⁸.

En la sociedad humana, en todos sus niveles, las personas se confirman unas a otras de modo práctico, en mayor o menor medida, en sus cualidades y capacidades personales, y una sociedad puede considerarse humana en la medida en que sus miembros se confirman entre sí, dependiendo de las estrategias. La base de la vida del hombre con el hombre es doble, y es una sola: el deseo de todo ser humano de ser confirmado por los hombres como lo que es, e incluso como lo que puede llegar a ser, y la capacidad innata del hombre para confirmar a sus semejantes de esta manera. Ese reconocimiento se establece a través de la comunicación y la cultura; cada pueblo, cada raza lo hace indistintamente, sólo hay que observarlos y hacer etnografía para comprender cómo se da el entendimiento humano. El carnaval es eso. Comunicación, cultura y carnaval. El hecho de que tal capacidad esté tan inconmensurablemente descuidada constituye la verdadera debilidad y cuestionabilidad de la raza humana: la humanidad real sólo existe cuando esa capacidad se desarrolla.

Entonces, queda claro que la triada comunicación, cultura y carnaval se fortalece y se actualiza a la luz de nuevas formas de interactuar con signos y actantes —el pueblo— que convierten la representación, el plano del contenido, en símbolos, índices y señales propios de una cultura que apenas se estudia y se interpreta porque posee elementos de una comunicación conformada por nuevas teorías y estructuras que dan cuenta de su estado epistémico actual.

Elementos concluyentes

Como síntesis, sobre la triada comunicación, cultura y carnaval se destacan las siguientes apreciaciones:

1. La cultura sirve y ha servido no solo para que el hombre comprenda su papel fundamental en el planeta sino como muestra fehaciente de desarrollo y transformación.
2. La cultura es acicate de fortaleza mas no de abandono, dejación.
3. No debe verse como algo relegado sino como vida y fuerza para todos los procesos del hombre.
4. Las unidades culturales, en su calidad de unidades semánticas, no son sólo *objetos*, sino también *medios* de significación y, en ese sentido, están rodeadas por una teoría general de la significación. En consecuencia, una unidad cultural no sólo mantiene una especie de relación de oposición de carácter semántico con otras unidades culturales que pertenecen al mismo campo semántico, sino que, además, está envuelta en una especie de cadena compuesta por referencias continuas a otras unidades que pertenecen a campos semánticos diferentes, por lo que una unidad cultural no es sólo algo que se *opone* a algo, sino algo que *representa* algo diferente, es decir, un signo.
5. No se deben olvidar, y menos dejar a un lado, aquellas temáticas que no son difundidas porque no se les ha prestado la debida atención por el Estado. La cultura está inserta en el hombre y su folclor.
6. La relación comunicación-letanía y cultura explica —como único medio— la condición humana de buscar diferentes formas de denuncias. A los gobernantes les toca escuchar a través de la denuncia del discurso carnestoléndico, como son los casos de las letanías, la mamadera de gallo del monocuco, el acto locutorio del disfraz de mujer o de homosexual, lo que no pudieron decir los periódicos, porque el carnaval es una conquista de los desposeídos para expresar libremente su espíritu crítico.

¹⁸ Disponible en http://perso.wanadoo.es/aniorte_nic/apunt_terap_famil_3.htm [Fecha de consulta: 3 de mayo de 2010].

Referencias

- Bajtín, M. (1979). *The Role of the Reader*. Estados Unidos: Bloomington Indiana University Press.
- Bajtín, M. (1993). *Problemas de la poética de Dostoievski*. Bogotá: Fondo de Cultura Económica.
- Bolaño Sandoval, A. (2005). *Disfrázate como quieras: la historia como vértigo y crucigrama*. Barranquilla: Huellas, Universidad del Norte.
- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y cultura*. México: Grijalbo. Colección los Noventa.
- Eco, U. (2005). *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*. México: Lumen.
- Eco, U. et ál. (1998). *¡Carnaval!* México: Fondo de Cultura Económica.
- Espinosa, A. y A. Salcedo (1995). *El habla encarnada en un sector de hablantes de Barranquilla*. Universidad Autónoma del Caribe. Tesis de maestría no publicada.
- Espinosa et ál. (2010). *Mapa lingüístico del departamento del Atlántico, variante léxica*. Universidad Autónoma del Caribe. Investigación sin publicar.
- Fuenmayor, A. (1917-1994). Revista *Huellas*. Barranquilla: Universidad del Norte.
- García, C. (1982). *Las culturas populares en el capitalismo*. México: Nueva Imagen.
- Geertz, C. (1973). *La interpretación de las Culturas*. Barcelona: Gedisa.
- Lizcano Angarita, M. y D. González Cueto (2009). *Leyendo el carnaval. Miradas desde Barranquilla, Bahía y Barcelona*. Barranquilla: Ediciones Uninorte.
- Luna Vega, M. (2008). *Glosario Ilustrado del Carnaval de Barranquilla. Un proyecto piloto de lexicografía moderna. Pensamiento y Cultura*, 11 (1), 139-160. Disponible en: <http://pensamientoycultura.unisabana.edu.co> [Fecha de consulta: 2 de mayo de 2010].
- Pérez Sastre, P. (2005). *El carnaval: vida para vencer a la muerte*. Barranquilla: Huellas, Universidad del Norte, vol. 5, núms. 71-75.
- Pericles Trifonas, M. (2007). *Barthes y el imperio de los signos*. Barcelona: Gedisa.
- Roncagliolo (1988). *Cultura transnacional y culturas populares*. Lima: Ipal.
- Sinning Rey, E. (2000). *El carnaval, la segunda vida del pueblo*. Bogotá: Plaza y Janés.
- Sinning Rey, E. (2004). *Joselito Carnaval. Análisis del carnaval de Barranquilla*. Bogotá: Plaza y Janés.
- Torrico Villanueva, E. (2004). *Abordajes y períodos de la teoría de la comunicación*. Bogotá: Norma.
- Trillos, M. et ál. *El Caribe, las ciencias humanas y el arte*. Barranquilla: Editorial Uniatlántico, 2008.
- Unesco (1982). *Declaración de México*.
- Zubieta, A. (ed.). (2000). *Cultura popular y cultura de masas. Conceptos, recorridos y polémicas*. México: Paidós.

Páginas web

- <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/pdf/701/70111110.pdf>
- <http://www.marxists.org/espanol/bajtín/index.htm>
- <http://portal.unesco.org/es/ev.php>
- <http://www.marxists.org/espanol/bajtín/index.htm>
- www.unesco.org/delegates/colombia/cultura2.htm
- http://perso.wanadoo.es/aniorte_nic/apunt_terrap_famil_3.htm
- <http://www.infoamerica.org/teoria/habermas1.htm>
- <http://www.henciclopedia.org.uy/autores/Remedi/CarnavaIII.htm>