

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

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

*Alejandro Espinosa Patrón***

Resumen

Se trata en este artículo de reflexión, producto de la investigación sobre el *Mapa Lingüístico del departamento del Atlántico, variante léxica*, 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 tríada comunicación, cultura y carnaval, dentro de 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 muestra el pensamiento del hombre para generar nuevos procesos de comunicación.

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

* 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.

** Profesor de tiempo completo de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanas, Universidad Autónoma del Caribe. Líder del grupo de investigación: Comunicación y Región. Texto publicado en la revista Palabra Clave, vol. 13, núm. 1 de 2010. Universidad de la Sabana, Bogotá.

Ideas for a theory on the King Momo celebration based on the triad of communication, culture and carnival

Abstract

It is in this article of reflection, the result of research on the *Linguistic map of Atlantico Department, lexical variation*, to establish the value that has the carnival as a communication and social interaction, from their status as cultural product. In this sense, it is described the triad communication, culture and carnival, which embody the proper dimensions of the Caribbean man. The text establishes many voices of each author, from Eco, Barthes, Bourdieu, Canclini, Zubieta, and Sinning to set up the value of culture that reveals itself as a human thought to generate communication processes.

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

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* (Espinosa & Salcedo, 1995) en los escenarios del hombre, (Zubieta, *et al.* 2000: 28) porque a través de ella se crean 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 que van 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 parte de este connotado hecho.

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 (obtenido el 2 de enero de 2010 en: <http://www.cge.udg.mx/revistaudg/rug24/bourdieu4.html>) 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 encuentra.¹

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... (Parte del discurso del presidente Evo Morales en Copenhague, diciembre 17 de 2009). 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.

1 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 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>).

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, está ausente. Es decir, es necesario pensar como Bourdieu (2006) que la cultura política será entendida como el conjunto de normas, representaciones, valores y comportamientos sociales dominantes en un momento histórico y en una sociedad determinada.² Geertz (1973), citado por Ana María Zubieta (2000: 51), 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 espontánea prolongación, una manifestación natural del espíritu de los barranquilleros 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 circunscribía a las gentes aquí nacidas o radicadas. Esta

2 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.

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, núcleos humanos cada vez más amplios (Fuenmayor, 1964).

La fiesta del Rey Momo,³ como medio de comunicación o fuente de información, busca establecer el valor que posee en la conciencia del hombre caribe, pero sobre todo en la condición del atlanticense,⁴ 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 (Bajtín, 1993).

Es una percepción del mundo que libera del miedo, que acerca el mundo 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 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 famosos el de Venecia, Río de Janeiro, el de Uruguay, como fiestas del antifaz y del burlesco. En el fondo existe en ellas una línea que los 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.

3 Momo, como dios único y apromblemático 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>)

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

En el caribe de América adquiere connotaciones muy propias al ser expresión de un pueblo racial triétnico donde se manifiestan tres niveles culturales unificados en uno solo, aunque diferentes en su origen: los del hombre europeo, del aborigen americano y los 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, muchos de ellos, 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 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.

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 beneficiados resultan ser una 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, al pueblo que creó la carnestolenda en sus 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 marimonda, 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 baile. (Consultado el 17 de enero de 2010 en: www.unesco.org/delegates/colombia/cultura2.htm).

Se puede observar que esta decisión es resultado del prestigio que ha alcanzado el carnaval de Barranquilla debido a la creatividad del pueblo, el jolgorio, en 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. El segundo aspecto sobre 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, 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 al.* 2010). Porque comunicarse es usar el mundo entero como un aparato semiótico (Eco, 1973: 90). Como se puede analizar, 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 privatización en muchos actos del carnaval; el capital –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 es 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 comunica la posibilidad de cambiar su situación económica.

Como se ha señalado, la privatización del carnaval no se puede lanzar 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, consensos y 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, (Rey 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 propio del carnaval y de alto asentamiento es la elevada implementación de las relaciones amorosas que durante los carnavales se disparan. Las personas solteras utilizan esta época para buscar pareja o novio. También se incrementa la infidelidad amorosa. Por tanto, institutos gubernamentales como el Bienestar Familiar aprovechan esta temporada del año para realizar campañas de uso de preservativos y diversos métodos anti-conceptivos 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 muy vertical, durante este evento se desordenan o se salen de su marco de rectitud y se tornan extrovertidos. En suma, el carnaval es la vida misma la que interpreta, y durante cierto tiempo el juego se transforma en vida real. Esta es la naturaleza específica del carnaval, su modo particular de existencia. (Consultado el 17 de enero de 2010 en: <http://www.marxists.org/espanol/bajtin/index.htm>).

A lo anterior se suma el rico lexicón (Espinosa *et al.* 2010) que produce la fiesta carnavalera, 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, Diversidad Cultural y Creatividad, afirma que ante los cambios económicos y tecnológicos actuales, que abren vastas 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. (Extraído el 21 de enero de 2010 de: <http://portal.unesco.org/es/ev.php>-).

Lo anterior confirma lo que han venido argumentando Bourdieu (1990) 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,⁵ las veredas, corregimientos, casa por casa, hasta percibir, tocar los grupos raizales que pertenecen a un país, y de esta manera proyectar, como en una película, los sentimientos más profundos de cultura.⁶ También, apoyar la movilidad de 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. (Canclini, García, 1982).

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

Sin embargo, 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 psicodialectal⁷ aflora con la significación propia que cada individuo le aplica a sus mensajes (Espinosa *et al.* 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 *et al.* 2008). El reconocimiento de las lenguas permite entender el comportamiento diantropológico (Espinosa *et al.* 2010) de las personas, su escenario y modo de significar todo lo que hace y expresa: la importancia de los colores, letanías, vestimenta, carrozas, flores, figuras artísticas, danzas

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

6 “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.

7 Término usado por primera vez por Espinosa. A. (2010). *Mapa lingüístico del departamento del Atlántico, variante léxica* (investigación sin publicar).

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 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, 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 diantropológica, el nivel de conocimiento, la visión del mundo, y el propósito social del grupo que las elabora.

Eco: dependencia cultura–comunicación

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

La primera suele circular en su forma más radical: “La cultura es comunicación”, esta formulación, que contiene todos los peligros del dealismo, 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 *esentialiter* alguna cosa o que puede ser visto *sub ratione* de esta cosa (pp. 28-31).

En cuanto a la segunda hipótesis, Eco (2005) sobre la relación entre carnaval y comunicación 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: cual-

quier 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 la segunda 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 de la forma significativa (Eco, 2005).

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, usando un lenguaje a través del cual plantean su filosofía de 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 con el poder de los medios que ostentan el poder, sino a través de lo que la gente llama radiobemba,⁸ espectáculos realmente del pueblo, como el desfile de la calle 17, el de la Avenida Cuartel, la muerte de Joselito, que 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 discursivo⁹ espontáneo que debe salirse de su visión estratificante, lo que significa que en él deben participar libremente to-

8 Se trata de un término originado en el área del Caribe y utilizado en los países de habla hispana en general, donde "radio bemba" 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.

9 En efecto, al analizarse 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 y actitudes sociales, políticas divergentes y hasta antagónicas. Tras la apariencia de un solo Momo y un solo culto, tres son los paradigmas o narrativas subyacentes que es posible reconstruir y analizar: el culto a *Momo Ortodoxo*, el culto a *Momo Dionisíaco* 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*. (Consultado el 31 de enero de 2010 en: <http://www.henciclopedia.org.uy/autores/Remedi/CarnavalIII.htm>).

dos los estratos sociales, como realmente 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 como los disfraces, danzas, bailes, música con un alto raigambre carnavalero.¹⁰ Es decir, Bajtín (1965), citado por Ana María Zubieta (2000), propone una dicotomía cultural, también la influencia recíproca entre cultura alta y baja, esto es, entre cultura popular y cultura oficial.

Finalmente, este artículo de reflexión, derivado de la 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 ningún tipo de discriminación racial, política y económica. Por tanto, se deben abrir espacios de comunicación en los medios donde la opinión pública dé su punto de vista y amplíe los canales para el logro de la participación popular.

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 cómo puede servir para resolver situaciones y conflictos de región que pueden ser desde la problemática indí-

10 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. (Consultado el 17 de enero de 2010 en: <http://www.marxists.org/espanol/bajtin/index.htm>).

gena hasta la caída de un presidente. Obsérvese el caso de Ecuador y Bolivia que siempre han dependido de los indígenas para mantenerse en el poder.

El carnaval, visto desde lo semiótico, citado por Eco, Umberto, *et al.* (1998) 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 (pp. 11-12).

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, que permite identificar las relaciones de poder que se implementan a través de este evento, la historia, que establece el curso diacrónico evolutivo de este fenómeno cultural, la diantropología (Espinosa *et al.* 2010), que explicita al hombre como creador de arte y de elementos ideológicos, religiosos; la represión y otra serie de comportamientos psíquicos generados por este acto de cultura; la lingüística, que analiza expresiones y discursos carnavalescos y otras ciencias relacionadas con el pensamiento social. En fin, la carnavalesización 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).

Conclusiones

Como síntesis, sobre la tríada 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 (Eco, 2005). 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 completamente 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 (Eco, 2005).
5. No se debe 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 mami de gallo del mono cuco, 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.

Referencias Bibliográficas

- BAJTÍN, Mijaíl (1979), **The Role of the Reader**. Estados Unidos: Bloomington Indiana University Press.
- _____ (1993), **Problemas de la poética de Dostoievski**. Bogotá: Editorial Fondo de Cultura Económica.
- BOURDIEU, Pierre (1990), **Sociología y cultura**. México: cnca/ Grijalbo. Colección los Noventa.
- ECO, Umberto (2005), **La estructura ausente. Introducción a la semiótica**. México: Editorial Lumen S.A.
- ECO, Umberto, *et al.* (1998), **¡Carnava!** México: Editorial Fondo de Cultura Económica.

- ESPINOSA, Alejandro & SALCEDO, Adelaida (1995), **El habla encarnado en un sector de hablantes de Barranquilla**. Tesis de maestría no publicada, Universidad Autónoma del Caribe.
- ESPINOSA *et al.* (2010), **Mapa lingüístico del departamento del Atlántico, variante léxica**. Colombia: (Investigación sin publicar), Universidad Autónoma del Caribe.
- GARCÍA, Canclini (1982), **Las culturas populares en el capitalismo**. México: Nueva Imagen.
- GEERTZ, Clifford (1973), **La interpretación de las Culturas**. Barcelona: Editorial Geisa.
- RONCAGLIOLO, R. (1988), **Cultura transnacional y culturas populares**. Lima: Ipal.
- SINNING Rey, E (2000), **El carnaval, la segunda vida del pueblo**. Colombia: Editorial Plaza y Janés.
- TEXTOS DE Y POR FUENMAYOR, Alfonso (1917-1994) revista Huellas, Universidad del Norte, Colombia.
- TRILLOS, María *et al.* **El Caribe, las Ciencias Humanas y el Arte**. Universidad del Atlántico, 2008. Barranquilla: Editorial Uniatlántico.
- UNESCO (1982), Declaración de México.
- ZUBIETA, Ana. (ed) (2000), **Cultura popular y cultura de masas**. Conceptos, recorridos y polémicas. México: Editorial Paidós.

Páginas web

- <http://www.cge.udg.mx/revistaudg/rug24/bourdieu4.html>
- <http://www.henciclopedia.org.uy/autores/Remedi/CarnavalIII.htm>
- www.unesco.org/delegates/colombia/cultura2.htm
- <http://www.marxists.org/espanol/bajtjin/index.htm>
- <http://portal.unesco.org/es/ev.php->
- <http://www.marxists.org/espanol/bajtjin/index.htm>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/Infraestructura>
- <http://www.henciclopedia.org.uy/autores/Remedi/CarnavalIII.htm>