

Relaciones Públicas y la diversidad cultural

Henry V. Williams Ramos (*)

Universidad Nacional Federico Villarreal

<https://orcid.org/0000-003-1460-7308>

Resumen

Desde un enfoque expositivo, el artículo intenta dilucidar en algunos de los aportes teóricos y de casuística en relación a los usos de las relaciones públicas y la diversidad cultural. Para ello, se analiza las relaciones públicas en el marco de las ciencias sociales y su relación con la cultura. Se considera importante conocer el proceso de interculturalidad inevitable para alcanzar una comunicación adecuada que será el capital que logrará las mejores condiciones para consensuar en situaciones de conflicto basados en los convenios existentes de acuerdo al marco legal. Todos estos aspectos se hacen indispensables para lograr un correcto conocimiento de las relaciones públicas y la diversidad cultural que al final determina el accionar del primero.

Palabras clave:

Relaciones Públicas, diversidad cultural, interculturalidad, comunicación intercultural, relativismo cultural, etnocentrismo, conflictos sociales, multiculturalidad.

Abstract

From an expository approach the article tries to elucidate in some of the theoretical and casuistic contributions in relation to the uses of public relations and cultural diversity. For this, it was necessary to count on public relations and their link in the framework of the social sciences. It is also necessary to understand the culture and public relations one cause of the other.

Knowing the inevitable interculturality process to achieve adequate communication that will be the capital that will achieve the best conditions seems to be agreed in situations of conflict based on existing agreements according to the legal framework. All these aspects are essential to achieve a correct knowledge of public relations and cultural diversity that ultimately determines the actions of the former.

Keywords

Public Relations, cultural diversity, interculturality, intercultural communication, cultural relativism, ethnocentrism, social conflicts, multiculturalism.

Introducción

Las relaciones públicas han tenido un mayor desarrollo en el ámbito anglosajón. Esto ha generado que se desarrolle con mayor vastedad la bibliografía en ese idioma, y es que la amplitud de casuística permite lograr una mejor perspectiva y mejores argumentos teóricos y de aplicación práctica en el campo del oficio. Esto podría ser un contrasentido, puesto que, en esta parte del continente sudamericano, es donde se desarrolla una gran cantidad de situaciones de conflicto que bien podrían servir como capital experimental en el campo de las relaciones públicas; sin embargo, aún las investigaciones son incipientes y no conllevan el rigor totalizante que se necesitaría para desarrollar estudios similares a los efectuados en inglés.

Es en el Perú que se desenlazan una gran cantidad de importantes conflictos sociales que requieren de la mano conciliadora de las relaciones públicas. En el país se desarrollan, según la Defensoría del Pueblo y el último Reporte de Conflictos Sociales, en marzo se presentaron 183 casos en el país, la cifra más alta de los últimos cinco meses. De este número, 135 están en condición de activos, y el 66,7% de los mismos (90 casos) están asociados a temas socioambientales. Esto nos da una idea del amplio campo de desarrollo de investigación que tienen las relaciones públicas; sin embargo, todavía se mantiene en ciernes. De esos casos, un gran porcentaje acabará seguramente en un estancamiento, muchas veces, burocrático; no obstante, es necesario que las relaciones públicas desarrollen su labor de la manera más eficiente, tomando en cuenta que la mayoría de casos se dan en poblaciones indígenas, y para los cuales se requiere un conocimiento de esa diversidad cultural.

A manera de ejemplificar o apelar a la casuística, que como precisamos es vasta, mencionaremos a los casos más representativos de conflictos sociales; empezamos por el proyecto Las Bambas, en que se bloqueó la vía nacional que atraviesa el Fundo Yavi Yavi (Cusco). Para que este proyecto se ponga en marcha se firmaron cinco acuerdos con nueve puntos que planteaban la solución al conflicto, en total fueron 27 representantes de todas las comunidades. Otro conflicto se da en la Protesta de cocaleros, quienes al no llegar a un acuerdo paralizaron las actividades por 48 horas, el problema se origina al oponerse a la instalación de una base de control de cultivos de hoja de coca. De otro lado, el enfrentamiento en Trompeteros debido a que los comuneros exigen la compensación por el uso de tierras y la subsanación por el impacto de la actividad petrolera. En el mercado El Progreso en Chimbote un grupo de comerciantes tienen una disputa con la municipalidad del Santa, esto debido a una modificación en las ubicaciones de los negocios por la construcción de un hospital en la zona colindante al mercado. De estos casos, el de Shimpiyacu podría ser el más representativo en el marco de las relaciones públicas y la diversidad cultural. Los representantes de la comunidad Awajún llegaron a Shimpiyacu con el fin de delimitar el espacio que les corresponde a los pobladores, estos tuvieron una afrenta con los comuneros de Tornillar, alegan que ese territorio es de su propiedad.

Es por demás conocido que la cultura guarda un vínculo directo con las relaciones públicas, debido a que esta última incide directamente en ese campo de acción, en todo caso la cultura es el pretexto de las relaciones públicas. De la diversidad cultural, de la diferencia de creencia, de valores, de idiosincrasias, se desprenden las divergencias. La posible solución a la diversidad cultural podría ser el proceso de interculturalidad.

“La interculturalidad como la interacción entre culturas, con respeto mutuo y de forma horizontal y sinérgica, donde se concibe que ningún grupo cultural está por encima de otro, favoreciendo en todo momento la integración y convivencia de ambas partes. Una relación

intercultural se basa en el respeto de la diversidad y el enriquecimiento mutuo; este proceso genera conflictos que deben resolverse mediante el respeto, el diálogo, la escucha mutua, la concertación, la sinergia”.(Barriga, 2017, p. 20).

Es el principio de igualdad y protección el que llevará finalmente a lograr una concertación entre los pueblos indígenas, sujetos a una diversidad cultural, y el Estado. Es esa convergencia de esfuerzos los que lograrán que exista y se desarrolle un vínculo y una comunicación adecuada en la resolución de conflictos. Es precisamente es estos casos donde los profesionales en relaciones públicas deben explotar al máximo con el único objetivo de desarrollar una cultura de investigación en el marco del oficio que a la larga beneficiará a ellos mismos y a las nuevas generaciones que tienen que chocar con los procesos de interculturalidad en este espectro tan diverso culturalmente.

1. Relaciones públicas en las ciencias sociales

Existen muchas definiciones sobre “relaciones públicas” No hay una única definición que abarque su total concepto, una gran mayoría coinciden en que se trata de un proceso continuo, dinámico y planificado. Por tanto, existen elementos característicos presentes en las distintas definiciones que permiten definitivamente validarla.

Para Boiry (1998) el inicio de las relaciones públicas se asocia al ámbito profesional, ya que es una actividad ligada con el mundo industrial y se adopta a las necesidades de aquel. Surgen a partir de la necesidad sociológica de dirigirse a los colectivos y en circunstancias en las que se siente la necesidad de comunicar determinadas concepciones o ideas.

El Instituto de Relaciones Públicas, con sede en el Reino Unido, define a las relaciones públicas como “el esfuerzo planificado y sostenido para establecer y mantener la buena voluntad y la comprensión mutua entre una organización y sus públicos”.

Para Bernays (1990) las relaciones públicas son un campo de actividad que tiene que ver con la interacción entre un grupo, un individuo, una idea u otra unidad, con los públicos de los que depende. De ahí, que siempre catalogue a los profesionales de relaciones públicas como científicos sociales, desde la perspectiva de que su actividad estaba muy enfocada al ámbito social de las organizaciones. Las funciones que deben desempeñar las relaciones públicas son:

- Definir los objetivos comunes entre organización y sus públicos.

Asesorar como experto sobre las relaciones con esos públicos y que sean satisfactorias para las dos partes.

- Intentar descubrir, por medio de la investigación, qué ajustes o desajustes hay entre la organización y sus públicos. Para ello aconseja modificar las formas de comportamiento o las actitudes para que concuerden con las demandas del público, de forma que la organización pueda alcanzar las metas acordadas que se concreta en cómo proporcionar al público una mejor comprensión de la organización (Bernays, 1990, p. 39).

Existe una prueba de consenso sobre la esencia del oficio al cual llegaron los dedicados al estudio de las relaciones públicas y quedó constituida en la Asamblea Mundial de Asociaciones de Relaciones Públicas, realizada en México en agosto de 1978. En la “Declaración de México” los diversos representantes del mundo occidental consensuaron que: la práctica de las relaciones públicas es el arte y la ciencia social de analizar tendencias, predecir sus consecuencias, asesorar a los líderes de

organizaciones y dar practicidad a programas de acción planificados que servirán a los intereses de la organización del público.

Philip Kotler (2004), en su libro *Dirección de marketing*, señala que las relaciones públicas comprenden una variedad de programas diseñados para promover la imagen de la empresa o sus productos particulares.

Lamb, Hair & McDaniel (2011), por su parte, señalan que las relaciones públicas son el elemento que evalúa las actitudes públicas, identifica temas que pueden producir una preocupación pública y ejecuta programas para la comprensión y aceptación de sus públicos, evaluando las actitudes de estos y las acciones de la empresa.

En la tercera edición del *Webster's New International Dictionary* (2006), las relaciones públicas constituyen la función administrativa que evalúa las actitudes del público, identifica las políticas y los procedimientos de una organización con el interés público y ejecuta un programa de acción y comunicación para generar la comprensión y la aceptación del público. "La dirección y gestión de la comunicación entre una organización y sus públicos" (James E. Grunig y Todd Hunt, 2003, p. 73).

Podemos resumir, luego de analizar todas las definiciones citadas, en que todas ellas coinciden en que las relaciones públicas se desarrollan en el marco de un proceso planificado, dinámico y continuo. De la misma forma, tras revisar todos los conceptos, las características más importantes o las que más destacan son: Planificadas, bidireccionales, mutuo entendimiento entre la organización y sus públicos, con beneficios para ambos, con un fin social y no meramente comercial.

Se puede afirmar que también coinciden a la par en sus objetivos que son buscar prestigio, identidad de empresas o entidades, reputación, individuos exhibiendo sus principales atributos; incrementar el reconocimiento de la organización y una imagen en los públicos, sus productos o servicios que ofrece; reforzar la credibilidad del posicionamiento de la empresa en sus públicos y organizar campañas para alcanzar objetivos concretos.

Otra de las filosofías referentes a las relaciones públicas es que tiene como fin fundamental el satisfacer las necesidades de la comunidad o de los grupos antes que de las organizaciones, esto, como filosofía de gestión, las relaciones públicas establecen principalmente una expresión de la inteligencia de los responsables de las instituciones económicas, sociales y políticas que colocan en un lugar expectante los intereses del público, respecto a todos los factores concernientes a la dirección de la organización de acuerdo a la naturaleza de su negocio.

"La función de dirección que identifica, define y mantiene relaciones mutuamente beneficiosas entre una organización y los diversos públicos de los que depende su éxito o fracaso" (Scott M. Cutlip, Allen H. Center y Glen M. Broom, 2006, p. 24).

James E. Grunig y Todd Hunt (2003) la definen como "la dirección y gestión de la comunicación entre una organización y sus públicos".

Podemos concluir en que las relaciones públicas representan la imagen positiva de la organización con referencia a sus públicos y que a través del diálogo, la investigación y la información sirven de paradigmas de organización. Por tanto, enarbolan el arte de la convivencia y el consenso participativo lo que genera, en los miembros de un determinado grupo, la necesidad de convivir, compartir y disponer de los métodos que ayudarán a desarrollar esa capacidad de negociación y que contribuirán a mantener inmejorables relaciones entre las organizaciones y la comunidad.

2. La cultura y su relación con las relaciones públicas

Las relaciones públicas han exagerado en el uso del término etnocentrismo. Equivale a decir que, dentro de sus acciones, en el marco de su labor, la han privilegiado dotándola de una desmesurada importancia. La recurrencia en el ancestral conocimiento de las costumbres, la idiosincrasia, las creencias, su escala de valores, fundamentado en las características que le dan la individualidad a un pueblo. ¿Es válido recurrir a ese *modus operandi*?, sí. Sin embargo, queda flotando una interrogante o tal vez queda un gran vacío conceptual, una dimensión postergada en la explotación de sus posibilidades y latente de ser exigida para obtener resultados más establecidos y que, según su desarrollo, podría ser aplicado de modo sistemático en el consenso de la organización y la comunidad.

“La cultura es una idea cuyo tiempo ha llegado”, afirmó Smircich. Y como bien revalida Sriramesh, aquel tiempo para la cultura nunca llegó o no llegó en toda su plenitud, como se esperaba. Es así que se convierte en un quehacer pendiente que ha quedado en el tintero y que de desarrollarse y tener una inmejorable proyección tendría la posibilidad de generar una perspectiva diferente en el desarrollo de las Relaciones Públicas, logrando así de alguna forma deslindar el uso excesivo del etnocentrismo como forma de explotar el oficio a favor de las organizaciones. Es necesario precisar que esa postura es válida, y por muchos años se convirtió en la manera más efectiva de lograr los objetivos del oficio; sin embargo, con los nuevos conocimientos y la experiencia se determina que un uso adecuado de la cultura podría otorgar una visión distinta, una perspectiva de mayor amplitud en la comprensión integral de la organización y del medio donde se desarrolla.

Existe un claro vacío, una brecha en la desidia por investigar la influencia de la cultura en el desarrollo de relaciones públicas, lo cual ha dejado el camino del oficio al empirismo basado en anécdotas estratégicas. “Cuando los profesionales de las Relaciones Públicas tenían que acceder a nuevos mercados, ejercer en ellos e interactuar con públicos de diferentes culturas, solían atenerse a la evidencia anecdótica para diseñar estrategias que fuesen sensibles con la cultura local” (Krishnamurthy Sriramesh, 2012, p. 96).

Esta postura genera una visión inequívoca acerca del rol de la investigación en la materia, puesto que, se ha dejado de lado la consideración de la cultura como importante aporte en el desarrollo de las relaciones públicas, o en todo caso su injerencia.

La existencia de un patrón en la cultura asiática o europea, al ser consideradas como culturas libres, permite un desarrollo más adecuado de las relaciones públicas. La idea es lograr un acercamiento entre las diversas culturas conocidas y no conocidas, basados en el modelo de las culturas de los países como sociedades de primer mundo.

“Si la cultura es asiática o europea o de América del Norte, una gran organización con muchos empleados no solo mejora la eficiencia mediante la especialización de sus actividades, sino también por el aumento, el control y la coordinación de las especificidades” (Hickson, Hinings, McMillan y Schwitters, 1974, p. 63).

De la misma forma, o tal vez distanciándose un poco, se ha podido identificar a las culturas de orden específico que manejan un patrón orientado hacia el individualismo. Los resultados oportunos en materia de relaciones públicas se ven reflejados y serán conforme a cada personalidad, el mismo que será el resultado del modo de desarrollo en su sociedad o la influencia que ha recibido de esta, ya sea en el hogar, en la escuela, en la universidad, en las organizaciones.

Hofstede pone en conocimiento cuatro dimensiones en el marco de lo que conocemos como cultura social. La distancia al poder representa una de estas dimensiones, el mismo que establece un

hito en la medida de la distancia entre una cultura interna y una cultura dominante. Casi siempre es la cultura dominante la que hegemoniza sobre la cultura interna, precisamente en esos casos los resultados del vínculo de las relaciones públicas no serán los ideales.

Cuando dentro de una cultura interna existen personalidades individuales generan un equilibrio adecuado y el fomento de una participativa cultura organizacional.

Se ha identificado un decrecimiento en el etnocentrismo debido a la carencia de estudios sistemáticos y de mayor profundidad en el campo de la influencia de la cultura social y las relaciones públicas. A pesar de ello, es necesario el manejo de información estadística de primera mano, la realización de mediciones operativas a través de la investigación, sino todo esto seguirá siendo solo un amasijo de suposiciones y medias verdades.

Un modo de lograr un mejor desenvolvimiento de las culturas autoritarias y permitir el desarrollo de las culturas participativas. Para esto es necesario lograr un equilibrio, no representa una regla, pero sí una recomendación que ha venido generando la obtención de resultados de modo empírico.

Es necesario tener claro también que hay una deuda en relación a los estudios formales de la cultura corporativa y las relaciones públicas. Lo cual no quiere decir que no existan investigaciones en el rubro; sin embargo, se maneja un vacío y este se ha tratado de llenar parcialmente con estudios dirigidos de forma indirecta a la ya mencionada cultura corporativa y el oficio. Estas nos ofrecen una que otra idea de mejora acerca de la perspectiva de las relaciones públicas, no obstante, aún es insuficiente para lograr un mayor fortalecimiento de los conocimientos en la materia.

La carencia de investigaciones de índole formal en el campo nos obligan a servirnos de estudios incipientes de estrategias anecdóticas. Una muy usada es la influencia personal. Hay que considerar que relacionarse con culturas originarias y diversas se requiere de un tacto trabajado, además de una gran cuota de empatía y la capacidad de confiabilidad lo que al breve plazo permitiría un contacto mucho más cercano con comunidades que se cierran en sus propias normas e idiosincrasias.

“La influencia personal ha sido estudiada por otras disciplinas afines, tales como la comunicación de masas desde mediados de la década de 1950. La confianza es un ingrediente clave que da credibilidad a una fuente en cualquier forma de comunicación. La confianza interpersonal debe primar en la práctica del modelo de influencia personal para construir relaciones con los públicos clave. No cabe la menor duda de que las estrategias de desarrollo y mantenimiento de la confianza interpersonal son específicas de una cultura. Sin embargo, el cuerpo de conocimiento de las relaciones públicas aún no han analizado la conexión entre la cultura, la confianza interpersonal y las relaciones públicas” (Krishnamurthy Sriramesh, 2012, p. 110).

Se ha incubado la obligación de acortar la brecha entre la cultura (social y corporativa). El manejo de las relaciones públicas será determinante y, hasta ahora, figura como una de las opciones más valederas de lograr la reducción de un etnocentrismo enquistado en las formas como ha trabajado las relaciones públicas, que han cumplido su papel y se encuentran a poco de dar paso a nuevos modos de trabajo que beneficien el desarrollo de las relaciones públicas en la sociedad.

3. Interculturalidad

La cultura es polisémica. Tiene una versatilidad semántica que ha generado desde su acepción el problema en su definición absoluta. Cultura es acopio de conocimiento y cultura es acopio de

valores, costumbres, símbolos, como afirma Barriga. Cultura es un término de guarda complejidad que desborda sus propios límites. Tal vez esa sea la razón por la que Barriga decide inclinarse por su significado antropológico. Es lo que conviene para los fines de investigación. El nobel Mario Vargas Llosa en su ensayo *La civilización del espectáculo*, dilucida que la cultura comprende todo aquel valor del conocimiento humano, dividido demagógicamente en pertenecer a la alta cultura o a la cultura popular. Para los fines del estudio se dejará de lado, por un momento, a la cultura como conocimiento para resaltar el lado antropológico, que no es el definitivo, pero sí el ideal para efectos de lo que se denomina interculturalidad.

“La civilización del espectáculo está ceñida en cambio al ámbito de la cultura, entendida no como un mero epifenómeno de la vida económica y social, sino como realidad autónoma, hecha de ideas, valores estéticos y éticos, y obras de arte y literarias que interactúan con el resto de la vida social y son a menudo, en lugar de reflejos, fuente de los fenómenos sociales, económicos, políticos e incluso religiosos”. (Vargas Llosa, 2012, p. 25).

La complejidad del término permite algunas licencias en cuanto a su significado, y es a las que acude Barriga debido a su evidente ambigüedad. Esa tendencia podría generar algo conocido como relativismo cultural, que vendría a ser una explícita aceptación de todas las manifestaciones culturales del ser humano que, acogiéndose al hecho ser hechura del hombre, puede permitirse como parte de su proceso antropológico, sea estos, por ejemplo: la poligamia, los sacrificios humanos como refiere el autor.

“La cultura social tenía una mayor influencia sobre sus estrategias nacionales de relaciones públicas, mientras que sus estrategias globales fueron impulsadas por lo que el autor llama “pragmatismo”, que se podría interpretar como relativismo cultural”. (Krishnamurthy Sriramesh, 2012, p. 101).

De acuerdo a un consenso natural, todo tiene límites y estos muchas veces están claros. Las normas preestablecidas son las que de algún modo le han dado forma a las sociedades, que precisamente se han erigido desde que existe la civilización en leyes que consensúan y que no pueden transgredirlas sirviéndose de razones concernientes a su cultura, por el contrario, estos aspectos se encargan de validar aquella unidad cultural y moral.

“Correlativamente aplico el término “culto” al individuo que ha asimilado, en mayor o menor medida, dicho sistema y actúa conforme a él. Puesta así en relación con el sujeto individual, la cultura señala a la vez el grado de adaptación de este a la comunidad y el grado de aceptación y estimación de él por la comunidad” (Salazar Bondy, 1974, p. 32).

Pertenece a una sociedad diversa, es una sentencia inescapable. Por el desarrollo de nuestra sociedad es difícil verlo desde otro punto de vista. Quizás esa sea la razón por la que referirse a interculturalidad implique la validación de una diversidad que no puede ocultarse. El reconocimiento de aquella interrelación cultural requiere que a priori nos aceptemos como una sociedad diversa y heterogénea. Somos un país que hasta la actualidad ha manifestado un problema en ese sentido al dificultar ese reconocimiento y aceptación.

Desde el problema del indígena que recién a fines de los años ochenta, según Barriga, se comienza a tomar en consideración y formalidad. Es cierto que este problema ha sido postergado, pero no olvidado, puesto que, José Carlos Mariátegui, Arguedas y Flores Galindo tuvieron una postura intelectual respecto a ello, no obstante, como es sabido, los temas importantes y urgentes no siempre son atendidos con la premura que requieren y es así que ese asunto recién es tomado en cuenta cuando un organismo internacional, como es la Organización Internacional del Trabajo, el año 1989, elabora un documento denominado Convención OIT N° 169, sobre pueblos indígenas y tribales en países independientes.

“Un principio básico de interculturalidad es que no hay culturas mejores ni peores. Evidentemente cada cultura puede tener formas de pensar, sentir y actuar en las que determinados grupos se encuentren en una situación de discriminación. Si aceptamos que no hay una jerarquía entre las culturas estaremos postulando el principio ético que considera que todas las culturas son igualmente dignas y merecedoras de respeto. Esto significa, también, que la única forma de comprender correctamente las culturas es interpretar sus manifestaciones de acuerdo con sus propios criterios culturales”. (Barriga, 2017, p. 20).

Tras la aparición del documento propuesto por la OIT, los pueblos indígenas empiezan a cobrar legitimidad y representatividad y se evidencia un claro interés por lograr su reconocimiento y el reclamo legítimo del derecho a su resguardo y el respeto de su integridad. La actualidad en el campo y habiendo pasado algunos años desde su institucionalización nos da un margen para evaluar los posibles avances desde 1989. Es cierto que existe una participación más activa de la población indígena en el quehacer político y económico, pero aún no ocupan el sitio que debe corresponder y más aún, tomando en cuenta los esfuerzos por erradicar la desigualdad y la promoción de los fines de la interculturalidad. Todavía persiste un anacrónico título de utopía que es difícil de desaparecer y no será sino hasta pasadas varias generaciones que quizá se verá muchos más avances en ese sentido, de por sí el tránsito hacia ello es lento, pero el camino ya se ha iniciado. Es necesario tener claro que no habrán cambios medulares y no existen convenios que valgan, si no existe una verdadera conciencia de cambio.

“Los estudios interculturales se han vuelto más necesarios; no porque la interculturalidad sea necesariamente la solución a todos los problemas, sino porque como política contribuye al mejor entendimiento de los pueblos que conviven en un mismo espacio geográfico (multiculturalidad) y se ven en la necesidad de establecer formas a la negociación y relación permanentes.” (Barriga, 2017,p. 21).

“La interculturalidad es la situación de respeto, tolerancia, intercambio y diálogo productivo entre los diferentes grupos étnicos y culturales, en el que cada uno aporta a los otros. Es la solución al problema de choque de culturas, a la pérdida de la identidad, marginación y olvido. La interculturalidad es la meta a la que debe aspirar y por la que debe trabajar todo demócrata que busca la igualdad de consideraciones y derechos en la diversidad de culturas”. (Heise, 2001, p. 13).

Heise afirma que la interculturalidad es la meta a la que debe aspirar todo demócrata. Por tanto, todo aquel que mínimamente comprenda su postura estará en condiciones de entender y asumir el proceso de interculturalidad como un proceso natural, necesario e inevitable. Debemos tomar en consideración que la facción contraria a la interculturalidad aún está en búsqueda de la homogeneidad. Es difícil negar lo que es evidente, la realidad de nuestra sociedad multicultural en camino hacia la interculturalidad, y que, no obstante, todavía mantiene en ciernes esa conciencia social, indispensable para alcanzarlo. Se trata de un proceso largo, tedioso y muy problemático y que se espera pueda ser resuelto en el futuro próximo.

El ser humano es quien propone y erige su propio camino y, como una extensión del hombre, las sociedades también hacen lo mismo. La autoestima como el amor propio es inherente en el hombre y también las sociedades mantienen ese amor propio, esa autoestima como medida de su autoconsideración. La subestima como contraparte existe y se manifiesta también y vendría a ser aquel estado de negación y falta de amor por lo que uno conoce, posee y es. Watchel denominó asimilación a la subestima es el empuje hacia la aculturación. Esto representa aquel estado en el que el hombre pierde su condición cultural natural e intenta, consciente o inconscientemente, convertirse en otro. Es decir, la aculturación sería como el hermano enfermo de la interculturalidad. El extremo en des-

equilibrio. Si la interculturalidad, como ya dijimos, es el equilibrio, la sobriedad de la aceptación de una cultura propia y la interrelación de otras culturas con las que convivimos, la aculturación vendría ser el desarraigo completo de lo que somos. El desequilibrio total.

“La subestima colectiva de un grupo cultural lo lleva a menospreciar su propia cultura, o algunos aspectos de ella; en especial cuando los compara con otra. Esta actitud conduce con frecuencia a actitudes de sometimiento y sumisión que acaban por hacerlo depender de otros grupos para intentar conseguir la satisfacción de sus necesidades básicas. Una comunidad que considera su propio modo de vida como atrasado y salvaje, se orienta a buscar convertirse en otra, rechazando lo que es, sea su música, sus costumbres o su color de piel o cabello”. (Barriga, 2017, p. 23).

No existen culturas puras. Es tan así, que es de conocimiento que hasta la propia cultura occidental se sirvió de la cultura oriental en la Edad Media (también llamada, Edad Oscura). Eso nos empuja a reflexionar que desde el principio las sociedades hemos sido parte de largos procesos de interculturalidad, somos el producto de un mestizaje cíclico y prolongado. Aún se mantienen facciones vigentes que buscan comprobar un etnocentrismo purista, lo cual, podría darse gracias a la globalización, pero que también encuentra una barrera en que aquello mismo que defiende. En resumen, buscar la homogeneización es tan complicado como hallar una heterogeneización. No hay un punto de inicio y mucho menos de final, sin embargo nos encontramos en vías de interculturalidad innegable e impostergable.

4. Comunicación intercultural

Para alcanzar una comunicación intercultural eficaz o que se precie de serlo, se requiere de una interpretación adecuada, tacto y un conocimiento profundo de otras culturas. A primera vista son las herramientas esenciales para lograr una comunicación eficaz, no perfecta, porque según Alsina, la comunicación perfecta es una utopía debido a que es probable y natural un cierto nivel de incompreensión, aun en personas que comparten una misma cultura. Llamémosle una cuestión de criterios de interpretación entre un emisor y un receptor.

La comunicación intercultural necesita una aclaración conceptual. Multiculturalismo e interculturalidad son términos que devienen de la formación de una diversidad cultural. El multiculturalismo vendría a ser la convivencia en un mismo espacio social de personas identificadas con culturas variadas, y la interculturalidad sería “la relación que se desarrolla entre aquellas culturas, y se refiere a la dinámica entre esas culturas. Siguiendo un orden a estos dos aspectos hablaríamos de un acuerdo de condiciones para establecer una comunicación intercultural aceptable, previo a que la interculturalidad se establezca como el fin necesario.

Nada garantiza que la comunicación intercultural eficaz se desarrolle sin trabas, ni ambigüedades. Hay una imposibilidad de conseguir una comunicación perfecta. Pero se puede alcanzar un nivel de comunicación eficaz. “No es una comunicación perfecta, sino una comunicación suficiente”, según Alsina. Es todo un reto esto de la comunicación intercultural. Estamos hablando de un tema que va más allá de solo consideraciones lingüísticas, es decir, se da un proceso que alcanza niveles cognitivos externos.

Según Teullet (2010), el tema de comunicación intercultural se da a nivel organizacional y de comunidades que tienen una cultura distinta a la nuestra, el hombre de empresa tiene un lenguaje, una visión del mundo totalmente disímil de la que tiene un funcionario público ¿Y con qué tiene que lidiar? Exactamente con esa otra cultura.

Esto que parece una obviedad, representa de alguna forma el pensamiento actual acerca de la aplicación práctica de la comunicación intercultural. Puesto que se establecen parámetros y dos bandos que se tienen que hacer entender y ponerse de acuerdo en un tema que siempre será espinoso.

Conocer el contexto cultural de manera práctica y no solo teórica ayudaría mucho para alcanzar un nivel de comunicación intercultural decoroso. En el oficio de las Relaciones Públicas, en su diario accionar, es una obligación tener conocimientos anticipados sobre las culturas donde el trabajo nos exige acercarnos. Las organizaciones son las responsables de dar ese paso importante. Es decir, en definitiva hay que tener en cuenta que si se conoce también algo de la cultura ajena, habrá muchos menos malentendidos.

Un condicionante es el que suele aparecer en las formas de comunicación, sobre todo en los procesos comunicativos de diversas culturas. Los interlocutores se colocan en una zona de incertidumbre por la falta de conocimiento previo entre culturas diferentes. Es complicado establecer o predecir el desarrollo de la comunicación. El desconocimiento de la idiosincrasia, las creencias, los valores, generan expectativas que tal vez nunca llegarían a llenarse del todo. Esa ignorancia de otras culturas específicas nos coloca en un limbo de expectación y, en otros casos, los prejuicios colocan una barrera y nos dan una idea preconcebida que de antemano coloca una barrera ante culturas que desconocemos.

Esto representa un sesgo normal generado por la ignorancia en relación a otras culturas. Esto, inevitablemente forma una opinión muchas veces errada a la que denominamos estereotipos. Debido a la concepción errada que tenemos y que ha sido formada muchas veces solo de oídas y no con un conocimiento probado.

Retroalimentar es la palabra que usamos cuando queremos obtener una respuesta de parte del interlocutor para evaluar si llegó a entender nuestro mensaje. Metacomunicarse vendría a ser lo mismo aplicado en la comunicación intercultural. Esa capacidad de explicar lo que queremos decir cuando decimos algo. Para metacomunicarse adecuadamente debemos entender el mensaje íntegro, cualquier tipo de suposiciones queda fuera si queremos lograr un nivel de comunicación suficiente.

El conocimiento de las culturas es imprescindible, pero entender y hacer nuestras sus creencias, valores, a través de la empatía marca un valor diferencial. El acopio de conocimiento es una parte fundamental de las competencias de la comunicación intercultural. Se requiere ponerse en los zapatos del interlocutor, una aprendida capacidad de identificarse con el otro. Para que esto funcione debe existir una motivación especial, un deseo de conocer aquel interés requerido para adentrarse en el mundo que prefigura una cultura distinta a la nuestra.

Los objetivos de la comunicación intercultural están cimentados en la versatilidad, la tolerancia, la posibilidad de realizar modificaciones. “Nada está cerrado. Cualquier cuestión puede siempre reabrirse”. Es la esencia de este tipo de comunicación que empieza, finalmente por uno mismo.

5. Contexto normativo de la diversidad cultural

Uno de los mayores, sino el mayor, avance en el tema de reconocimiento público de los derechos de protección y consulta de los pueblos indígenas y tribales se dio en el marco de la firma del Convenio 169 de la OIT realizado en Ginebra el 27 de junio de 1989. Las ideas tipificadas en ese documento no eran precisamente ideas recientes, pues ya venían desde años atrás en el pensamiento de intelectuales y estudiosos de la realidad social. También es verdad que hacerla aplicable tardó demasiado. Desde los ochenta ocurrió un despertar en la defensa de dichos derechos de los pueblos

indígenas; sin embargo, no fue hasta años después que recién ha tomado la fuerza necesaria para colocarse en la palestra y ocupar el espacio de un proceso necesario en un contexto donde existe una diversidad evidente.

Los alcances del Convenio permiten tener una mejor amplitud acerca del rol que debe tener el Estado en relación a esos pueblos olvidados por muchos años y acallados por la falta de atención. La identidad de estos pueblos originarios se ven fortalecidos y respaldados por los alcances de esta Ley, y de esa manera también se ven obligados a ser partícipes de asumir el control de sus instituciones. Este convenio internacional avala que los pueblos indígenas gocen de un derecho de protección, el cual es la extensión del amor propio de estos pueblos. La autoestima de un pueblo demandado en su identidad es importante.

Es indispensable reconocer en la aplicación práctica de la norma un deslinde con cierto paternalismo que podría endosarse de parte del gobierno. El sistema o los sistemas políticos, en su afán de reconocer los derechos de los pueblos indígenas, podrían tropezar en su propia naturaleza proteccionista deformando las acciones que deben realizarse. Esto representa un peligro que debe ser anticipado y mitigado estratégicamente. Las políticas generales del Convenio precisan que “los gobiernos deberán asumir la responsabilidad de desarrollar, con la participación de los pueblos interesados, una acción coordinada y sistemática con miras a proteger los derechos de esos pueblos y a garantizar el respeto de su integridad”. Está implícito que este tipo de políticas destacan la imperiosa necesidad de respetar la integridad de los valores, o los valores íntegros y las prácticas e instituciones de esos pueblos.

La responsabilidad del Estado para con estos pueblos se expresa de manera directa en la firma del Convenio. Estos lineamientos están regidos por una consulta previa a los pueblos inmersos en el problema.

La consulta previa por años ha sido relegada y solo tomada en cuenta en ocasiones de tipo extremas. Se han dado casos en los que no se ha podido llegar a algún acuerdo salvo la confrontación intelectual. El artículo referente al derecho de los pueblos indígenas al ser consultados de forma previa presenta de manera categórica su finalidad (artículo 3).

Uno de los principios fundamentales de la consulta previa es la interculturalidad, al igual que lo es la oportunidad, la buena fe, la flexibilidad y el plazo razonable. El proceso de interculturalidad es lento y es este el que finalmente saca a flote la imperiosa necesidad de una consulta previa, como una evaluación antes de tomar decisiones administrativas que involucren a los pueblos indígenas como al Estado.

Quiénes conforman a los miembros que pueden integrar el proceso de una consulta es la descendencia directa de las poblaciones originarias del territorio nacional. De la misma forma cuentan los vínculos espirituales y los estilos de vida e históricos, patrones culturales y perspectivas diferentes a los de otros sectores de la población nacional en el territorio que ocupan.

Para pasar un proceso de consulta se requiere escoger las medidas legislativas y administrativas y de paso el objeto de consulta. Se tiene que delimitar a los pueblos que serán consultados y deben ser identificados plenamente. Continúa el publicitar y someter a evaluación las medidas legislativas o administrativas. Otro de los pasos implica realizar un proceso de diálogo entre los miembros representantes del Estado y de los pueblos indígenas. Es necesario, luego de pasar el proceso de diálogo, acopiar las sugerencias y recomendaciones en torno al diálogo. Finalmente, cada una de las decisiones tomadas deben ser llevadas a la práctica en el campo de las relaciones públicas.

Conclusiones

Las relaciones públicas dentro de su rol, de acuerdo a las ciencias sociales, evalúan los temas que pueden significar un problema o una preocupación pública, y determinan las acciones que las organizaciones o el Estado deben desarrollar para consensuar soluciones. Este aspecto es uno de los desarrollados por la profesión; sin embargo, también se encarga de promover la imagen de la empresa y para esto está la inmejorable capacidad de los profesionales en relaciones públicas ampliamente capacitados, conocedores, no solo teóricamente, de las diversas culturas.

Es probable que el etnocentrismo sea uno de los principales causantes de problemas sociales. Si buscamos mantener una diversidad cultural y destacar el proceso de interculturalidad es necesario dejar que ciertas culturas dejen de verse a sí mismas como el paradigma cultural. Es decir, para comenzar a tener una visión más profunda o de mayor amplitud de la diversidad cultural, es necesario tener empatía con otras culturas, se requiere evitar los prejuicios y las presuposiciones. Es entendible que este proceso no es nada fácil; sin embargo, es indispensable comenzar con el objetivo de mantener un margen para las nuevas generaciones.

Entrar en un proceso de interculturalidad implica la esencial comprensión de que no existen culturas mejores que otras. O sea el principio de igualdad del ser humano está por encima de cualquier valoración o empoderamiento basado en la raza, la religión, las creencias, los valores o cualquier aspecto que pueda ser valorado o medido con el fin de determinar la supremacía del hombre. Son esos procesos los que, dentro del marco de la legalidad, han permitido instituir o llegar a firmar convenios como el de la OIT, que garantiza la protección de los pueblos indígenas y tribales, pero que no estarán completamente resguardados de no aplicar lo necesario, de acuerdo a los lineamientos de esa convención. La interculturalidad no es un proceso teórico muerto, sino una ejecución práctica.

Referencias bibliográficas

- Barriga, T. (2017). *Interculturalidad y comunicación intercultural: El desafío del diálogo intercultural en el Perú*. Lima, Perú: Universidad Nacional Agraria de La Molina.
- Constitución Política del Perú*, 1993.
- Chuecas, A. (2008). *Declaración de Naciones Unidas sobre los derechos de los pueblos indígenas: Nuevos sujetos en el derecho internacional*.
- Degregori, C. (2000). *No hay país más diverso*. Lima: IEP.
- Exteberria, X. (2001). *Derechos culturales e identidad. Interculturalidad: creación de un concepto y desarrollo de una actitud*. Lima, Perú.
- Freire, P. (1997). *Pedagogía de la autonomía*. México: Siglo XXI Editores.
- Gruning, J. Y Hunt, T (1984). *Managing public relations*. Nueva York.
- Gutiérrez, G. (2003). Perú: *Perú: Aportes para la reconciliación». De la negación al reconocimiento. Seminario internacional Procesos post comisiones de la verdad. Memoria*.
- Heise, M. y F. Tubino y W. Ardito. (1993) *Interculturalidad: un desafío*. Lima: CAAAP.
- Heise, M. (2001). *Interculturalidad. Creación de un concepto y desarrollo de una actitud*. Lima, Perú: Editora.
- Hofstede, G (1984). *Culture's consequences*. Beverly Hills: Sage.
- Hofstede, G (1991). *Culture and organization: software of the mind*. Londres: McGraw-Hill.
- Kotler, P y Keller, K. *Dirección de marketing*. México: Pearson.
- Sriramesh, K. y Vercic, D. (2012). *Relaciones Públicas Globales, Teoría Investigación, y Práctica*. Barcelona, España.
- Salazar, A. (1974). *La cultura de la dominación*. Lima, Perú.

- Taylor, C.(1993) *El multiculturalismo y la política del reconocimiento*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Taylor, C.(1996) *Fuentes del yo. La configuración de la identidad moderna*. Barcelona: Paidós Ibérica S.A.
- Tubino, F. (2002) *Entre el multiculturalismo y la interculturalidad: más allá de la discriminación positiva. Interculturalidad y política: desafíos y posibilidades*. Lima: Red para el Desarrollo de las Ciencias Sociales en el Perú.
- Vargas, M. (2012). *La civilización del espectáculo*. Lima, Perú: Alfaguara.
- Villapolo, L. (2007). *Enfoques de interculturalidad*. Lima: CAAAP. En prensa.

* **Henry V. Williams Ramos.**

Profesor de la Universidad Nacional Federico Villarreal. Past presidente de la Federación Peruana de Relacionistas (FEPER).
Correo electrónico: henryvwilliamsr@hotmail.com