

INTERSECCIONES

Cultura y comunicación.
Acercamientos críticos,
narrativos y analíticos

JOHANNA C. ÁNGEL REYES
COORDINADORA

Cultura y comunicación.

Acercamientos críticos, narrativos y analíticos

Gestión y fomento cultural

JOHANNA C. ÁNGEL REYES

Coordinadora

Cultura y comunicación.

Acercamientos críticos, narrativos y
analíticos

INTERSECCIONES

Primera edición en Intersecciones: 2017
Producción:
Secretaría de Cultura
Dirección General de Vinculación Cultural

DR. © 2017 de la presente edición
Secretaría de Cultura
Dirección General de Vinculación Cultural
Paseo de la Reforma 175
Colonia Cuauhtémoc, C.P. 06500
Ciudad de México

Diagramación de portada e interiores: Alejandra Sánchez Avilés
Cuidado de edición: Myriam Rudoy
Las características gráficas y tipográficas de esta edición son propiedad
de la Dirección General de Vinculación Cultural de la Secretaría de Cultura

Todos los Derechos Reservados. La responsabilidad intelectual de los artículos publicados
en este volumen recae de manera exclusiva en sus autores y su contenido no refleja
necesariamente el criterio de la institución.

Queda prohibida la reproducción
total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento,
comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, la
fotocopia o la grabación, sin previa autorización por
escrito de la Secretaría de Cultura /Dirección
General de Vinculación Cultural

ISBN: 970-35-0758-1 (Colección)
ISBN: 978-607-745-728-2

Impreso y hecho en México



Sumario

PRÓLOGO	9
INTRODUCCIÓN	33
 COMUNICACIÓN, CULTURA Y ESPACIO PÚBLICO. CLAVES PARA ENTENDER SU RELACIÓN DESDE LA INGENIERÍA EN COMUNICACIÓN SOCIAL EDGAR JOSUÉ GARCÍA LÓPEZ	 37
 COMUNICACIÓN, CULTURA DIGITAL Y CONFIGURACIÓN IDENTITARIA MARÍA MAGDALENA LÓPEZ DE ANDA	 63
 CULTURA Y COMUNICACIÓN, POSIBILIDADES CRÍTICAS PARA EL ABORDAJE DE LAS NARRATIVAS JOHANNA C. ÁNGEL REYES	 91
 EL PERIODISMO CULTURAL Y LA CÓMODA JAULA DE LA CULTURA INSTITUCIONALIZADA. POR UN PERIODISMO CRÍTICO ANTE LA NARRATIVA HEGEMÓNICA DE LA CULTURA EN IBEROAMÉRICA SERGIO RODRÍGUEZ BLANCO	 111
 LA IMAGEN Y LOS IMAGINARIOS DE LA CULTURA O DE LA URGENCIA DE LA PEDAGOGÍA VISUAL MARIANA RUBIO DE LOS SANTOS	 141

LAS REVISTAS CIENTÍFICAS EN LA ECONOMÍA CREATIVA:

EXPLORANDO LAS FISURAS

157

KARLA PANIAGUA RAMÍREZ

AUTORAS Y AUTORES

175

Prólogo

COMUNICACIÓN Y CULTURA. UN CORTO O LARGO VIAJE DEL ALGO A LA NADA,
O DE LA NADA AL ALGO.

APUNTE DE INGENIERÍA EN COMUNICACIÓN SOCIAL DE UN MOMENTO DE LA
AGENDA ACADÉMICA CONTEMPORÁNEA

JESÚS GALINDO CÁCERES¹

I. Una visión general desde el campo académico

La vida académica de la comunicación ha tenido una agenda básica desde su inicio y dependiendo del momento en el cual se marca ese principio se puede afirmar que los temas centrales han sido tales o cuales. Esto sucede en una línea histórica en donde los temas se van sucediendo en el tiempo, o éstos permanecen por alguna razón. Otro escenario posible es llevar una agenda construida en algún momento determinado hacia el pasado, rastreando o inventando el punto en el cual tuvo su emergencia como algo urgente y necesario. Estas son dos posibilidades para empezar a hablar sobre la relación entre la comunicación y la cultura desde el punto de vista de su historia académica en nuestro medio.

¹ Destacado especialista en temas de comunicación, cultura y cibercultura. Al final de este texto podrá consultarse su currículum de manera extensa.

El primer posible escenario sintético donde la cultura aparece como una categoría importante para el campo académico mexicano de la comunicación ocurre hacia fines de los años ochenta, el dato que señala este evento es la aparición del libro de Jesús Martín-Barbero, *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, 1987. Este texto editado en Barcelona, España, marca una época a lo largo de los últimos trece años del siglo xx, hasta ser desplazado casi por completo por la agenda emergente relacionada con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Carlos Scolari realiza un relevo desde ese nicho emergente con su libro *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*, hacia el final de la primera década del siglo xxi, volumen editado también en Barcelona, España, lo que no es casual para asuntos de historia en el campo académico mexicano y sus relaciones con el mundo editorial, que es otro tema muy interesante. La cosa aquí es advertir que en un relato sobre los marcos generales de las agendas del campo académico mexicano de la comunicación, el tema de la cultura es compartido con el continente y con el mundo occidental en la última parte del siglo xx.

En el segundo escenario, la cultura *per se* es central para el estudio de la comunicación según sus más aferrados promotores, por tanto, lo que sucede antes de su centralidad a finales de los ochenta son antecedentes, y lo que ocurre después, en el siglo xxi, son nuevos temas y retos para la agenda básica de los estudios en comunicación, con la cultura como un eje central constructivo. Estos dos escenarios están mezclados en los grupos genealógicos que dicen estudiar la relación entre estos dos asuntos, la comunicación y la cultura. Es interesante resaltar que mientras que el mundo de los congresos y las publicaciones enfatizaba a la cultura en el tránsito de los siglos, los planes de estudio se focalizaron siempre en los temas asociados a los medios, enfatizando en la producción. Lo que sucedía en el espacio de los aspirantes a altos estudios en comunicación y cultura y lo que sucedía en el día a día en los programas escolares de comunicación no fue proporcional. El interés por la cultura nunca llegó a incidir en la formación de los profesionales de la comunicación como se hubiera deseado. Asunto interesante que muestra el contraste entre los discursos en los congresos y los discursos en las aulas.

El contexto académico occidental, léase lo que sucede en Estados Unidos y en ciertos países de Europa, ha marcado la agenda mexicana desde siempre. Dice la memoria oral de este campo, que todo inicia con las llamadas políticas nacionales de comunicación, tema enfocado a la instrumentación de los medios masivos de difusión para la gestión y desarrollo de los países periféricos, el tercer mundo. En ese momento, no hay campo académico de la comunicación, sólo escuelas de periodismo, así que, un asunto se asocia con el otro, y la figura de los medios se pone en el centro, y la política se marca como el vector estratégico para pensar la comunicación desde los medios. Todo esto sucede desde el final de la segunda guerra mundial hasta los años setenta y ochenta. La intelectualidad latinoamericana de la comunicación se construye en este nicho, y hasta el momento, no se ha separado ni del objeto ni de la perspectiva, que siguen siendo hasta la fecha: los medios y la política. Los periodistas de izquierda, y los no tanto, están felices con este vector constructivo del campo académico, sobre estos dos temas declaran que tienen algo que decir; el periodismo y la academia vinculada a sus agendas es otro tema muy importante. Mientras tanto, otros vectores también se van moviendo en otros planos, como el de la publicidad y las relaciones públicas o la comunicación en organizaciones.

Dicen los historiadores del pensamiento sociológico, como Jeffrey C. Alexander, que durante varias décadas del siglo xx, la economía y la política estuvieron al centro. En el caso del campo académico de la comunicación esto también sucede, ambos asuntos tienen las genealogías más antiguas y vigentes. Mientras esto pasa, en el mundo sociológico aparece la cultura como algo que hace la diferencia. Un giro metodológico de la percepción y el análisis de la vida social que va de las condiciones objetivas a las subjetivas, en donde parece claro el cambio de la economía por la cultura. La política queda en un papel dual, tanto del lado de una como de la otra. Esto sucede, en el mismo momento en que la comunicación se abre paso como objeto de estudio y de gestión en los años cincuenta y sesenta. La cultura pudo ser genética para el campo académico de la comunicación, pero no lo fue, tuvieron que pasar unas décadas y dos generaciones para que en los años ochenta, la cultura apareciera como generadora de una segunda fundación del campo.

Todo ha pasado muy rápido, tan rápido que una sola generación ha vivido todos los cambios que trajo el movimiento de la primera a la segunda fundación, en donde los medios siguen en el centro, pero aparecen otros temas asociados a la vida cotidiana de los actores y agentes. Los Estudios Culturales llevan a las audiencias, a votantes y consumidores hacia una perspectiva de género, de generación, étnica. En cierto sentido, ni el modelo económico-político, ni el político-cultural han madurado lo suficiente, se han movido en la forma de modas y lugares comunes sin lograr plantear propuestas programáticas consistentes y a mediano plazo. Desde los estudios de los efectos de los medios a los de la recepción crítica, se pueden sedimentar modelos de operación estándar, que sintetizan todo lo sucedido en estos más de cincuenta años, con los medios de difusión al centro. Entre tanto, otros asuntos también están en la agenda general, como la economía política desde el siglo xx, y los estudios emergentes sobre las nuevas tecnologías de la información y la comunicación a lo largo del siglo xxi. Quizás la propuesta que intenta una síntesis y una reconfiguración de toda la agenda para una tercera fundación que implique a las otras dos sea la comunicación estratégica, bajo el liderazgo de pensadores como Sandra Massoni y Rafael Alberto Pérez. El mundo académico de la comunicación que este tercer momento ejemplifica, ensaya un maridaje integral entre medios, cultura, economía, política, cibercultura, empresa y desarrollo comunitario, agregando otros elementos más enactivos desde las propias situaciones sociales.² Como dije antes, todo ha sucedido muy rápido, los modelos anteriores están aún en proceso de maduración, algo que ya se alarga, la nueva propuesta converge en esa situación, no es fácil hallar el marco de acuerdos y la configuración de un nuevo perfil académico que sea nuevo y viejo a la vez.

II. Una visión personal biográfica

La historia de la relación entre comunicación y cultura en México es en parte, mi propia historia. En esta coincidencia de tiempos lo más relevante ha sido mi vínculo —por más de treinta años y en diversas etapas— al “Programa de Estudios sobre las Culturas Contemporáneas” de la Universidad de Colima, lo cual ha implicado

² Enacción, (del inglés *To enact*). Evidenciar algo existente y determinante para el presente.

una multitud de experiencias y anécdotas académicas y personales, toda una vida. El “Programa Cultura” en sí mismo ya es un referente histórico de los llamados Estudios Culturales en México, en América Latina y en el mundo. Su rostro más conocido ha sido: *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Revista de investigación y análisis*, con más de treinta años de circulación, presencia constante con lo mejor de los altos estudios en comunicación y cultura en todo el mundo a lo largo de tres épocas. Aparte de este importante vínculo con la comunicación y la cultura, han ocurrido otras articulaciones que trazan una bitácora de la vida de estos temas en el país y en la región, al mismo tiempo que marcan parte de mi propia vida. Veamos cómo ha sucedido esto.

Todo comenzó en la Universidad Iberoamericana cuando se impartió la especialidad de sociología de la cultura, en donde el profesor Gilberto Giménez fungió como el ancla de un proyecto emergente e innovador en el país. Eran los años setenta, la literatura francesa, italiana, inglesa, y de otras nacionalidades, fluía entre maestros y alumnos acercándose al tema de la cultura en el todavía emergente campo de la sociología mexicana. El Departamento de Comunicación estaba atento a estas novedades, e incluía en su propia bibliografía aquello que apuntaba hacia nuevas agendas y proyectos. El Departamento de Antropología se movía en su propia dinámica, separado y aislado de lo que sucedía con sus vecinos. El punto es que la vida social contemporánea podía verse desde otro punto de vista, desde los actores sociales y su subjetividad, desde las matrices simbólicas y discursivas de sus programas de vida. El aire olía fresco y estimulante.

Hacia el final de la década de los setenta y principios de los ochenta, Jorge González, discípulo de Giménez, mi compañero y gran amigo desde la Ibero, promueve en la Universidad Autónoma Metropolitana, Xochimilco, un proyecto de “Comunicación y Cultura”. En el año 1982 realizamos juntos en la UAM-X un congreso internacional convocando a los personajes más relevantes sobre el asunto en México y en el mundo. En esos años el corazón de los Estudios Culturales mexicanos en comunicación estuvo en la UAM-X. Las agendas eran diversas, lo mismo se leía a Bourdieu que a Alberto Cirese, mezclas de sociología cultural y antropología cultural con los novedosos Estudios Culturales Anglos. Todo era parte de aquel momento, ocurrido hace más de treinta y cinco años.

Por otra parte, en aquellos mismos años de la UAM-X, me formaba en antropología y lingüística en la Escuela Nacional de Antropología e Historia. Me toca fundar junto con otros compañeros y compañeras el área de antropología urbana, que se tocaba de cerca con los Estudios Culturales y de Comunicación, abriendo un capítulo por completo inédito en la antropología mexicana. Eran años de emoción y pasión intelectual. Del tránsito de las visiones indigenistas a las populares urbanas, pasando por el obrerismo, la militancia y el activismo.

En el año 1985, Jorge González y yo fundamos el “Programa de Estudios sobre las Culturas Contemporáneas” en la Universidad de Colima. El relevo de lo sucedido en la UAM-X es un movimiento hacia arriba en la calidad del trabajo conceptual, metodológico y programático. El “Programa Cultura” está al nivel de cualquier programa de investigación en el mundo, y en más de un sentido, por encima. Los Estudios Culturales y de Comunicación llegan a un punto de excelencia tal, que quedan como parámetro para cualquier otra iniciativa semejante. Uno de sus primeros proyectos se coloca a la cabeza de todo el horizonte de Estudios Culturales: la investigación sobre telenovelas. Pasado el tiempo los temas se van multiplicando y profundizando: la cultura mexicana contemporánea, la cibercultura, la cultura de investigación, la oferta y los públicos culturales en México, y otros. Es un programa ejemplar que tiene más de treinta años en operación, un caso único en nuestro país sobre estudios en cultura y comunicación.

En los años ochenta y noventa el “Programa Cultura” se asocia y promueve varios programas de trabajo interinstitucionales, la cultura de la red de investigación es su forma básica de operación. De esta manera, construye la RICC, una red de investigación y comunicación compleja, la RECIBER, una red de estudios en cibercultura, y una red de estudios sobre Arte, Cultura y Comunicación. Con la misma figura de red colabora, apoya y funda programas académicos sobre comunicación y cultura en el ITESO de Guadalajara y en la Universidad Veracruzana, en el puerto de Veracruz. Apoya y promueve proyectos en la UIA León, en la UIA Tijuana, en la UANL en Monterrey. El proyecto Red del “Programa Cultura” se mueve a lo largo y ancho del país, y se extiende a otros países de América Latina, Estados Unidos y España. La reflexión metodológica, la construcción teórica, la articulación de voluntades y acciones hacen del “Programa Cultura” uno de los

referentes centrales para la historia del campo de estudios de la comunicación y la cultura.

Quizás el acontecimiento más importante en la década de los noventa es la asociación entre el “Programa Cultura” y el “Seminario de estudios de la cultura” del CNCA, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Siendo el programa de investigación más desarrollado del país, el CNCA reconoce su propuesta a través de Guillermo Bonfil. El CNCA toma algunas de las guías programáticas del “Programa Cultura”, y las legitima como proyectos oficiales a nivel federal. Esta asociación permite formar el Sistema Nacional de Información Cultural, y realizar la “Encuesta Nacional de Ofertas y Públicos Culturales”. Es el momento de la época dorada de los Estudios Culturales y de Comunicación en el país, el “Programa Cultura” es su protagonista fundamental. Los tiempos asociados a los proyectos dependientes de políticas y coyunturas son turbulentos e inestables. Éste es el caso. Después de la administración de Víctor Flores Olea las cosas cambiaron, la dirección y la visión del CNCA se movió y no ha vuelto a existir una posición similar a aquella que a la distancia parece una breve primavera en el sector oficial de la cultura en México.

En el siglo XXI todos estos proyectos siguen a su propio ritmo y de acuerdo con su propia intensidad. Aparecen dos novedades, entre otras, que me toca acompañar, como efecto de las redes y los vínculos construidos a lo largo del tiempo. Uno de ellos es la “Licenciatura en Comunicación y Cultura” de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Conozco por las redes a Francisco Sierra, y a través de él, a Tanius Karam. Tanius me invita a asesorar el proyecto de la “Licenciatura en Comunicación y Cultura”. Es la primera licenciatura con este perfil en el país. El proyecto está vigente hasta la fecha. Una nueva generación retoma, en parte, la estafeta de lo que había pasado en los últimos quince años y construye su propio proyecto a partir del marco normativo de la UACM.

La segunda novedad es muy sugerente. Después del “Programa Cultura” no había en el país otro programa de investigación en Estudios Culturales colectivo, institucional y de mediano plazo, entonces aparece el Centro de Investigaciones Culturales–Museo en la UABC en Mexicali. Otro compañero de redes: Fernando Vizcarra, me lleva a colaborar con este proyecto emergente. El CIC–Museo se con-

vierte en Instituto, y retoma en parte, lo realizado en la UAM-X y en el “Programa Cultura”, tratando de asociar toda visión sobre la cultura dentro de un programa múltiple, diverso, heterogéneo. Con la especial característica de contar con un Museo, lo que le permite una forma de expresión de su trabajo de investigación inédita en México.

A nivel individual, la trayectoria más sólida y consistente en la historia de los Estudios Culturales y de Comunicación en el país, es el trabajo de Héctor Gómez realizado desde la ciudad de León, en Guanajuato. Sus primeros proyectos se remontan a finales de los años setenta y principios de los ochenta. A lo largo de todos estos años, hasta la fecha, ha venido tocando diversos temas y ámbitos de la cultura y la comunicación. Tiene varios libros publicados y un prestigio que lo connota como un líder individual en estos asuntos. Me ha tocado acompañar buena parte de todos esos proyectos a lo largo de todo ese tiempo, desde la investigación sobre la vida nocturna de la Ciudad de México a finales de los años setenta, hasta su proyecto actual de Estudios Culturales y de Comunicación sobre del rock. Héctor ha colaborado con muchos proyectos y ha gestionado otros muchos, ha formado equipos y grupos, pero nunca ha podido consolidar una plataforma programática colectiva, quizás con el proyecto del rock esto suceda en esta etapa de su vida intelectual y profesional.

La más reciente asociación que me ha tocado con el movimiento de los estudios en comunicación y cultura en esta década, ha sido con la FES Acatlán de la UNAM. En esta institución los estudios en comunicación han pasado por diversos momentos y propuestas. Uno de sus proyectos es el de los estudios en comunicación y cultura, que tienen un taller oficial y la posibilidad de convertirse en una especialidad en la licenciatura en comunicación. Esto forma parte de la ola más reciente de los Estudios Culturales y de Comunicación en el país. Por una parte, parece que han venido a menos, pues su época de oro podría ubicarse en los ochenta y los noventa. Pero la película no ha terminado, el asunto está en reconfiguración. Hay nuevos temas y objetos de estudio, el cosmos de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación está en el centro. También hay nuevos autores y nuevas lecturas. Puede ser que este asunto de la comunicación y la cultura esté por vivir su segundo aire en nuestro medio académico.

III. Una visión histórica conceptual

El tema del espacio conceptual de la comunicación y la cultura, sus percepciones, configuraciones y aplicaciones es complicado, complejo y fascinante. El gradiente en que se conforma puede percibirse como construido por dos polos. En uno de ellos, los conceptos están asociados a un número limitado de objetos y asuntos, las variantes se encuentran según la extensión de ese catálogo de elementos considerados pertinentes. Esto es lo que se llama una definición por extensión lógica. Consiste en decir algo así como: cultura es esto, esto otro y aquello. Por otro lado, en el otro extremo del gradiente, encontramos propuestas parecidas a cosmovisiones, intenciones de totalidad, visiones que ensayan un nivel de abstracción que pretende abarcar todo lo posible en un momento, ambicionan incluir hasta lo imposible en ese momento. Aquí las variantes se obtienen según la claridad, la elegancia, la elocuencia del fraseo y la concepción. Este tipo de definiciones se llaman por intensión lógica. Consiste en decir algo así como, que la comunicación es aquello que articula lo presente en una situación concreta, una abstracción que vincula muchos elementos posibles. Ambos tipos de definición tienen muchas variantes en nuestro medio, a través de los años su juego mutuo ha ordenado y desordenado el mundo de los Estudios Culturales y de Comunicación.

En forma histórica tenemos que la comunicación se posiciona en nuestro medio académico como la configuración de situaciones asociadas a los medios de difusión masiva y a la interacción interpersonal. El mundo académico de la comunicación se concentra en la historia de los medios de difusión; la comunicación interpersonal se deja a la psicología social, lo cual implica otro curso de acontecimientos. En este sentido, la comunicación se reduce al estudio de la configuración de mensajes y a su efecto a través de la difusión de ellos en los medios de difusión masiva, sobre todo de la televisión. Dicho de manera simplificada, la comunicación son los medios de difusión, con aquella consabida fórmula de: “quién dice, qué, a quién, mediante qué medio”. Esta figura se estabiliza a la mitad del siglo xx en los Estados Unidos y sigue vigente en nuestro medio latinoamericano hasta la fecha. En este espacio conceptual, la cultura sólo entra como contenido discursivo simbólico de los mensajes. Es la forma estándar de la relación entre comunicación y cultura en nuestro campo académico y su área de influencia.

En el caso de la cultura, la historia es complementaria y diferente. El concepto nace en las humanidades del siglo XIX y antes, se opone a naturaleza, en el sentido de que incluye a todo lo humano como distinto y opuesto a la biología y al mundo sin las llamadas facultades mentales superiores. Esta configuración es compleja y tiene un fondo religioso que permite darle un *status* superior a lo humano y a sus acciones, distinto a lo no humano considerado como inferior. Según la creación divina, el ser humano está hecho a imagen y semejanza de su creador, siendo éste inmensamente superior, por lo tanto, sus acciones y creaciones estarán en una situación que ensaya acercarse a lo divino, separándose de lo animal y sólo biológico. Esta configuración divide al cuerpo y el alma, el cuerpo tiene connotaciones de lo animal, el alma de lo divino. El arte y las humanidades adquieren la connotación de movimiento a la divinidad, nada que ver con lo animal, mucho que asociar con lo superior y extra-humano. La cultura, en principio, es el arte, las humanidades, y por asociación, la ciencia, la tecnología, como oficios prácticos que no alcanzan a llegar a lo estético, pero que sí se separan de lo puramente instintivo. Esta es una concepción que sigue vigente hasta la fecha. En ella, la comunicación juega un papel muy secundario o no lo tiene en absoluto, lo más importante es la creación con connotaciones artísticas, las bellas artes. La comunicación es el elemento que permite relacionar el contenido superior de las creaciones humanas, de los seres más desarrollados, con el resto de los seres humanos aún en el proceso de acercamiento a la divinidad. La religión es el medio de comunicación más importante en esta concepción, con el arte como instrumento superior. La posible comunicación con la divinidad es el horizonte máximo al cual aspirar.

Como puede observarse la cultura como concepto contemporáneo tiene una genealogía más larga y longeva que el concepto de comunicación. La cultura viene desde fines del siglo XIX, y su trayectoria continúa hasta la fecha y aparece manifiesta en todo lo que hoy connota cierta espiritualidad religiosa o inspiración artística. En cambio, la comunicación como concepto contemporáneo se posiciona hasta la segunda mitad del siglo XX, con una fuerte connotación relacionada con las tecnologías de los medios de difusión masiva. En un juego de asociaciones, se podría afirmar que las bellas artes aristocráticas connotan a la cultura, y las tecnologías de la difusión de información connotan a la comunicación. Como puede apreciarse

tienen algo de diferencia e incluso de oposición. ¿Cómo es que en el movimiento de la sociología cultural y de los Estudios Culturales llegan cultura y comunicación a configurar un frente común teniendo genealogías tan diversas?

Ésta es una historia fascinante con entretelones sorprendentes y lugares comunes casi chocantes. Por una parte, hay una reconstrucción de las fuentes, como se apuntaba al inicio de este texto. En esa reconstrucción el gasto lo hace, en gran parte, el pensamiento sociológico de izquierda, ese pensamiento que viene de una lucha entre los economicistas y los culturalistas. Esto no es tan exacto, puede ser útil para expresar la situación. En el mundo del pensamiento en general, hay una atracción muy grande, primero por los medios de difusión, y luego por las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Los recursos para hacer frente a estos dos elementos inmensos se ordenan en dos frentes aquello de “apocalípticos e integrados”, los que toman distancia y perciben un peligro de algún tipo en estos fenómenos del mundo contemporáneo, y los que se afilian a un optimismo febril sobre sus posibilidades constructivas y emancipadoras. En ambos bandos hay derecha e izquierda. El asunto llega a ser confuso, pero toma forma en las posturas a favor y en contra, diluyendo los trasfondos discursivos e ideológicos. En este contexto, los economicistas defienden que la producción material es el asunto fundamental para entender y hacer frente a la situación, la derecha habla de progreso, la izquierda de monopolio y explotación. Los culturalistas proponen que los actores desde sus condiciones subjetivas tienen la mano para hacer una diferencia, los de derecha proponen que desde la resistencia crítica se puede iniciar el cambio, los de izquierda proponen lo mismo. El debate dentro de la izquierda lleva figuras mixtas como la del capitalismo cognitivo, pero también a desencuentros fuertes entre “dinos y renos” esto es, conservadores y renovadores, unos defendiendo la línea dura del determinismo económico, otros proponiendo diálogos entre diversos actores para hacer frentes intersubjetivos de lucha y acción. En este caldo se posicionan los Estudios Culturales y de Comunicación como elementos que alimentan a las posiciones subjetivo-constructivistas frente a las económico-deterministas.

Este nodo se presenta a lo largo de la segunda parte del siglo xx, hasta rematar a finales de su última década en programas de estudio y proyectos de investigación. Mientras tanto, el mundo académico tiene su propia dinámica ideológica

con cierta independencia de lo que ese nodo implica y sus consecuencias. En el mundo escolar de los altos estudios en México y América Latina, las agendas se marcan por ciertas circunstancias bibliográficas y el deseo de estar a la par con lo que sucede en Estados Unidos y Europa. Esta tensión lleva a este medio a moverse entre modas y coyunturas que aparecen y desaparecen sin mucha claridad. Sólo la institucionalidad y sus marcos de sustentabilidad a mediano plazo permiten que la endeble estructura de las ideas académicas universitarias de nuestro medio no naufrague. En el caso de la comunicación y la cultura esa institucionalidad la da el campo académico de la comunicación en la genealogía de los medios y las NTIC. La llegada de los Estudios Culturales inicia en los años setenta, se va difundiendo entre los grupos académicos que dicen tener una postura crítica ante la izquierda y la derecha duras de los economicistas, y entre los curiosos y deseosos de lo nuevo y de seguir a la vanguardia. La presencia de los Estudios Culturales se va posicionando más entre los curiosos, los que buscan lo nuevo y los vanguardistas, sin contacto con los nodos políticos e ideológicos de la situación. Las agendas son *cool*, la cantidad de asuntos por investigar es atractiva: lo cotidiano, lo nuevo, lo excéntrico, además de lo contestatario, alternativo, rockero. Los jóvenes, las mujeres, lo urbano, el pop, la cibercultura, la moda. Los Estudios Culturales son sexys, una nueva generación se identifica con temas que no tienen la trascendencia de El Estado, El Mercado, La Sociedad, La Cultura. Y que también están asociados con esos marcos enormes en forma más ligera, *light*, estética. Y todo esto pasó en dos décadas, han ido del contexto de un debate político al escenario de un divertimento intelectual.

¿Entonces qué pasó con aquello de la cultura y la comunicación en sus formas más estables y genealógicas? La respuesta vuelve a ser la historia del campo académico. En Inglaterra, la cuna de los Estudios Culturales, la cultura tiene connotación de “alta cultura”, la cultura popular era algo detestable y desechable para el *statu quo* académico inglés. Cuando aparecen las agendas de aquellos investigadores emergentes que se interesan por la cultura popular como algo digno de ser estudiado en las universidades, el tema es de lucha académica y algo más. Por una parte, estos nuevos investigadores se enfrentaban a la aristocracia cultural y académica y, por otra parte, plantean objetos de estudio que no tenían legitimidad para

tal aristocracia. Ellos proponen una agenda de asuntos que presenta a la cultura popular como algo importante de entender, desde un punto de vista académico y también político. Esto es complicado de apreciar desde nuestro medio, pero igual nos impacta y atrae. La nueva cultura popular producto de las industrias culturales es parte de esa agenda, y ahí están presentes los medios de difusión masiva. Mientras ellos, los anglos, viven sus luchas y sus ascensos de *status*, abriendo y posicionando su espacio académico, acá la noticia llega como una nueva forma de estudiar a los medios de difusión, por una parte y por otra, una nueva manera de hacer investigación con connotaciones de alternativa contestataria, crítica del *statu quo* del sistema económico-político y académico establecido. Esto sucede en ciertos lugares, la moda se abre, aparece Jesús Martín-Barbero como pontífice de la nueva iglesia, y lo demás es historia. Los Estudios Culturales llegan a tener cierta hegemonía en ciertos espacios latinoamericanos, hay un momento en que parece que están a punto de crear una refundación del campo académico de la comunicación, y en cierto sentido, así sucede. Pero su institucionalidad es débil, y la hegemonía de los estudios tradicionales sobre la política y los medios de difusión no pierde su espacio, la economía política de los medios tampoco, y las agendas sobre internet y las NTIC avanzan sin tener a los Estudios Culturales como un referente claro y consistente.

Mientras tanto, en el campo institucional de los estudios sobre la cultura, en el mundo académico de la antropología, también se vive un episodio relacionado con este tema de los Estudios Culturales y de Comunicación. Algunos jóvenes profesores progresistas impulsan la agenda y logran avanzar poco a poco, sin llegar a establecer un referente legítimo y general para los estudios antropológicos. La institucionalidad antropológica se muestra prácticamente impermeable a la novedad de los Estudios Culturales. Más bien, los procesa en forma interna, los metaboliza, los desmonta, los articula con sus agendas ortodoxas, y arma algunas opciones heterodoxas, pero sin darle crédito a la novedad emergente. Sobre el tema de los medios y la comunicación, poco a poco va aceptando que es un asunto para una antropología actualizada; en ese sentido, van apareciendo proyectos de investigación sobre estos asuntos sin mucho aspaviento ni excitación. Los Estudios Culturales terminan fortaleciendo el programa académico

institucional sin desplazarlo ni ponerlo en crisis. Algo similar ocurre en el campo académico de la comunicación, con la diferencia de que en la comunicación oficial escolar sólo los medios tienen cierta fortaleza institucional, así que será en ese ámbito que los Estudios Culturales serán asimilados, por lo menos en forma parcial.

El tema queda sintetizado en que esto de la comunicación y la cultura tiene un espacio en el mundo académico con aristas y recovecos muy interesantes. Es una historia más cercana y propia del campo académico de la comunicación, y adquiere fuerza y forma en su propia identidad asociada a los estudios sobre los medios de difusión masiva y su secuela, la internet. La reflexividad sobre el campo de relación entre ambos términos se configura en una agenda que se arma en el mundo anglo entre los sesenta y los setenta, y en el mundo latinoamericano en los ochenta. Después no ha pasado mucho.

Este tema es peculiar. Hay varias etapas en la historia de la relación entre comunicación y cultura en el campo académico de la comunicación de nuestro medio. Los primeros momentos de su asociación, entre los años setenta y ochenta. Su presentación y la formación de una agenda hegemónica, en los años ochenta. La continuidad de esa agenda en los noventa. Y la aparición de nuevos elementos que continúan y descomponen la agenda de los ochenta en el siglo XXI. Todo un asunto por explorar en detalle.

IV. Apunte de Ingeniería de Comunicación Social de los Estudios Culturales y de Comunicación

El miércoles seis de abril del año 2016 presenté un apunte sobre los Estudios Culturales y de Comunicación en la Facultad de Estudios Superiores, FES Acatlán, de la UNAM. En aquella conferencia-seminario se trataba de colaborar con un proyecto de licenciatura sobre este tema.

El programa académico de comunicación en la FES ha contenido desde hace años algunos elementos en este campo. Un pequeño grupo de profesores pretendían ahora llevar el asunto a otro nivel, algo así como una especialidad, con un determinado perfil profesional de egreso. En el mundo escolar institucional,

los cambios y ajustes tienen un tiempo que no coincide con el movimiento más abierto y fluido de la vida de las ideas, que no son ninguna maravilla en su propio metabolismo de cambio. El registro de temas de la vida social y sus palpitaciones. En ese contexto, la imagen más intensa era la de la presencia y ausencia de este campo de visiones y estudios en el horizonte de la reflexión social académica actual y más allá. En los años ochenta parecía que todo podría cambiar, así suele pasar cuando el entusiasmo juvenil toma forma y tiene objetivos, o por lo menos, algo que se le parece. Ese entusiasmo se vuelve oficio, rutina, administración, en el mejor de los casos.

En otros escenarios sólo queda como anécdota, recuerdo, olvido. Para los años que van de este siglo el tema parece no tener el mismo atractivo, pero algo queda. Y ése era el brillo que inquietaba y se expresaba en aquel evento en la FES Acatlán. Me pregunté, ¿Tiene algún sentido seguir hablando de estos temas hoy día? ¿Cuál era el sentido que tenía hace tres décadas? ¿Hay algún otro proyecto hacia el futuro en este asunto de la comunicación y la cultura?

En aquella ponencia presenté un recorrido sintético sobre el asunto a nivel internacional y nacional, hasta llegar a la propuesta de una hipótesis sobre lo que podría suceder en el futuro, en el sentido del proyecto que estaba en curso y por el cual había recibido la invitación. El esquema final de aquel apunte fue más o menos el siguiente.

Diagnóstico de la situación desde una perspectiva de Ingeniería en Comunicación Social.

- 1) Configuración actual. Los medios siguen estando al centro. Sólo han aparecido las TIC con una imagen forzada de nuevos medios. Los Estudios Culturales no son relevantes en el campo académico de la comunicación mexicana contemporánea.
- 2) Trayectoria del pasado al presente. Como matriz de investigación emergente aparecen en los ochenta, no han desarrollado algo nuevo más allá de repetir lo que los británicos y los gringos han hecho, o lo que algunos trabajaron como versión latinoamericana de este esquema en algunos textos.
- 3) Tendencia del presente al futuro. Seguirá una trayectoria descendente hacia el futuro próximo, no hay desarrollo probable.

Síntesis de posibilidades desde una perspectiva de Ingeniería en Comunicación Social.

- 1) Situación más probable sin intervención. No habrá mayor desarrollo que una actividad académica escolar más, en un ejercicio semestral.
- 2) Situación débil con y sin intervención. Se mantendrán como un referente discursivo con poco desarrollo analítico en lo conceptual y en lo metodológico.
- 3) Situación fuerte con y sin intervención. Se reconfiguran los planes de estudio y los perfiles académicos bajo la lógica de los diversos programas de los Estudios Culturales en arte, comunicación social y cibercultura.

La vida académica tiene algunas rachas de energía dentro de su configuración institucional rutinaria, burocrática y desolada. El asunto depende de personas, de circunstancias, de oportunidades. Las propuestas de comunicación y cultura están ahí en el archivo y son patrimonio de la vida académica y social. En cualquier momento una iniciativa de gestión puede traer otra vez, las preguntas y las perspectivas textualizadas y darles vida de nuevo. ¿Por qué le puede interesar a un académico hacer algo así? Ése es el punto crucial. ¿Qué llevó a algunos a inaugurar aquel territorio, a intentar abonarlo, a ensayar sintetizar frutos? Más allá de lo viejo y de lo nuevo, ¿qué queda de aquella agenda?

Dos visiones del mundo, la comunicación y la cultura, una con una vocación de presente y de futuro; otra con vocación de pasado. Al encontrarse parece que hay un intento por fusionar ambas cosmovisiones. Aparece una tensión, partir del pasado, partir del futuro. Si el vector constructivo de la comunicación vence será el futuro el que tenga relevancia a partir de las situaciones interactivas del presente. Si el vector constructivo de la cultura vence, será el pasado el que tenga la voz principal, con el peso de las tradiciones, los usos y costumbres, las genealogías. ¿Pueden convivir ambas cosmovisiones? Para los autores de los Estudios Culturales y de Comunicación parece que sí. Quizás ese es uno de los grandes mensajes de esta historia, el poder constructivo del pasado para el futuro en las matrices interactivas del presente. Tal vez esta sea la coartada que motivó en parte, a los que fueron agitados y excitados por estos asuntos hace por lo menos tres décadas. Este tejido de percepciones e imaginarios parece que aún puede tener vigencia. Las generaciones actuales tienen en la agenda de la comunicación y la cultura una fuente de inspi-

ración para buscar entender lo que hoy pasa, y en ese impulso, proponer qué hay que hacer para ajustar, para restaurar, para innovar. Los estudios en comunicación y cultura, en este sentido, tienen presente y tienen futuro, gracias a que tienen un pasado. Esta historia no ha terminado.³

Vallejo, jueves 6 de julio de 2017

³ Jesús Galindo Cáceres es Doctor en Comunicación (2015), Doctor en Ciencias Sociales (1985), Maestro en Lingüística (1983) y Licenciado en Comunicación (1978). Autor de 36 libros y más de cuatrocientos artículos académicos publicados en catorce países de América y Europa. Promotor y gestor cultural en diversos proyectos desde 1972. Profesor universitario en Argentina, Brasil, Colombia, Perú, Ecuador, España y México desde 1975. Fundador del doctorado en Análisis del Discurso y Semiótica de la Cultura, Escuela Nacional de Antropología e Historia (1996). Fundador del doctorado en Ciencias Sociales, Universidad de Colima (1997). Fundador del doctorado en Comunicación, Universidad Veracruzana (2001). Fundador del doctorado en Ciencias y Humanidades para el Desarrollo Interdisciplinario, Universidad Autónoma de Coahuila y Universidad Nacional Autónoma de México (2010). Fundador del doctorado en Comunicación Estratégica, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (2012). Ha desarrollado varios programas de investigación: 1) Planeación y Organización Universitarias (1975–1981), 2) Antropología Urbana de los movimientos sociales urbanos en México (1980–1992), 3) Sociología de la cultura contemporánea en México (1985–1993), 4) Cultura de Investigación en las Ciencias Sociales (1985–2001) y Cibercultura en México y América Latina (1993–2003), 5) Hacia una Comunicología Posible (2001–2009), 6) Ingeniería Social e Ingeniería en Comunicación Social (2001–2022). Miembro de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) desde 1982. Miembro del Programa de Estudios sobre las Culturas Contemporáneas (Programa Cultura) desde 1985. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (SNI–CONACYT) desde 1987. Promotor del Grupo de Acción en Cultura de Investigación (GACI) desde 1994. Promotor de la Red de estudios en teoría de la comunicación (REDECOM) y del Grupo hacia una Comunicología posible (GUCOM) desde 2003. Miembro de la Red Deporte, Cultura, Sociedad, Ocio y Recreación desde 2006. Miembro del Foro Iberoamericano de Estrategias de Comunicación (FISEC) desde 2008. Promotor de la red y del Grupo hacia una Ingeniería en Comunicación Social (GICOM) desde 2009. Miembro de la Red Iberoamericana de Gestores Culturales desde 2009. Miembro del Instituto de Altos Estudios en Deporte, Cultura y Sociedad (INDECUS) desde 2010. Coordinador del proyecto Ingeniería en Comunicación Social y Comuniconomía, en la Universidad Autónoma de Saltillo, la Universidad Nacional Autónoma de México, y la Universidad Intercontinental (2009–2016). Proyecto actual de trabajo, Ingeniería en Comunicación Social, con las siguientes líneas: 1. Gestión Social y Cultural. 2. Movimientos Sociales y Colectivos Sociales. 3. Cultura Política y Sociedad Civil. 4. Arte y Experiencia Estética. 5. Cultura de Investigación y Mundo Académico. 6. Cibercultura y Redes Sociales. 7. Deporte, Cultura Física, Ocio y Recreación. 8. Familia, Parejas, Relaciones Familiares. 9. Museos y Construcción de Vida Social. 10. Participación Social y Espacio Público. 11. Pequeñas y Medianas Empresas. 12. Música y Vida Social. 13. Generaciones y Ciclo de vida. 14. Comunicación y Pensamiento Estratégico. 15. Educación y Pedagogía. 16. Medios de Difusión Masiva. 17. Gastronomía y Vida Social. 18. Comunidad y Sociedad Urbana. 19. Religión e Ideología Social. 20. Tercer Sector y Organizaciones de la Sociedad Civil. En la actualidad es profesor-investigador en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Autónoma de Querétaro.

Bibliografía

- Altamirano, Carlos (director) (2002) *Términos críticos de Sociología de la Cultura*, Paidós, Buenos Aires.
- Alexander, Jeffrey C. (2000) *Sociología cultural. Formas de clasificación en las sociedades complejas*, Anthropos-FLACSO, Barcelona.
- Anderson, James A. (1996) *Communication Theory. Epistemological Foundations*. The Guilford Press, New York.
- Ansart, Pierre (1982) *Las sociologías contemporáneas*, Amorrortu editores, Buenos Aires.
- Anverre, Ari *et al.* (1982) *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Bell, Daniel *et al.* (1983) *Industria cultural y sociedad de masas*, Monte Ávila, Caracas.
- Blondeau, Olivier *et al.* (2004) *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*. Traficantes de sueños, Madrid.
- Bourdieu, Pierre (1988) *Sociología y cultura*, Grijalbo, México.
- Bonfil Batalla, Guillermo (1987) *México profundo. Una civilización negada*, CIESAS-SEP, México.
- Bustamante, Enrique (coordinador) (2002) *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercado y diversidad en España*, Gedisa, Barcelona.
- Castro, Ixchel y Luz Zareth Moreno (2006) *El modelo comunicativo. Teóricos y teorías relevantes*. Trillas y Universidad Latina de América, México.
- Cervantes, Cecilia y Enrique Sánchez Ruiz (coordinadores) (1994) *Investigar la comunicación. Propuestas iberoamericanas*, Universidad de Guadalajara-ALAIC, Zapopan.
- Cirese, Alberto Mario (1979) *Ensayos sobre las culturas subalternas*, CISINAH-Cuadernos de la Casa Chata, México.
- Curran, James *et al.* (coordinadores) (1998) *Estudios culturales y comunicación*, Paidós, Barcelona.
- Eco, Umberto (1975) *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*, Lumen, Barcelona.
- Escosteguy, Ana Carolina D. (2001) *Cartografias dos estudos culturais. Uma versão latino-americana*, Autêntica Editora, Belo Horizonte.

- Fuentes Navarro, Raúl (1991) *La comunidad desapercibida*, CONEICC–ITESO, Guadalajara.
- Galindo Cáceres, Luis Jesús (1994) *Cultura mexicana en los ochenta, Apuntes de Metodología y Análisis*, Universidad de Colima, Colima.
- Galindo, Jesús (1995) *Política, cultura y comunicación. Para una percepción de mundos posibles en el espacio social mexicano*. Cuadernos de Mass culturas, Departamento de Ciencias del hombre, Universidad Iberoamericana, León.
- Galindo Cáceres, Jesús (2006) *Cibercultura. Un mundo emergente y una nueva mirada*, CNCA–Instituto Mexiquense de la Cultura, Toluca.
- Galindo Cáceres, Luis Jesús (2011) *Ingeniería en Comunicación Social y Promoción Cultural. Sobre Cultura, Cibercultura y Redes Sociales*, Homo Sapiens Ediciones, Universidad Nacional de Rosario, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Rosario, Argentina.
- Galindo Cáceres, Jesús (coordinador) (2008) *Comunicación, Ciencia e Historia. Fuentes científicas históricas hacia una Comunicología Posible*, McGraw–Hill, Madrid.
- , (2009) *Sociología y Comunicología. Historias y posibilidades*. EDUCASA, Salta, Argentina.
- García Canclini, Néstor (1997) *Cultura y comunicación: entre lo global y lo local*, Universidad Nacional de la Plata, La Plata.
- y Ernesto Piedras Fera (2006) *Las industrias culturales y el desarrollo de México*, Siglo XXI–FLACSO–SRE, México.
- , Francisco Cruces y Maritza Urteaga Castro Pozo (coordinadores) (2012) *Jóvenes, Culturas Urbanas y Redes Digitales*. Fundación Telefónica, Editorial Ariel, Barcelona.
- Garretón, M.A. y Hernán Valdés (editores) (1975) *Cultura y comunicaciones de masas. Materiales de la discusión chilena 1970–1973*, Laia, Barcelona.
- Garrido Alicia y José Luis Álvaro (2003) *Psicología social. Perspectivas psicológicas y sociológicas*, McGraw–Hill, Madrid.
- Geertz, C. et al. (1991) *El surgimiento de la antropología posmoderna*, Gedisa, Barcelona.
- Giddens, Anthony et al. (1991) *La teoría social, hoy*, CNCA–ALIANZA, México.
- Giménez Montiel, Gilberto (2005) *Teoría y análisis de la cultura* (dos volúmenes), CNCA–ICOCULT, Saltillo.

- Gómez Vargas, Héctor (2004) *La ciudad y la furia. Hacia una cronología sociocultural de León*, Universidad Iberoamericana León, León.
-
- (2007) *Paisajes y Pasajes. Sendas de Mediología, Comunicación y jóvenes en la vida contemporánea*, Universidad Iberoamericana León, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Instituto Cultural de León, León.
-
- (2010) *Entre tiempos y cruces de culturas. Hacia lo post (pre) moderno de la ciudad de León*. Universidad Iberoamericana León, León.
-
- y Adriana Vera Palma (2013) *La invención de la cultura. Patrimonio histórico y cultural: la ciudad de León, Guanajuato*. UIA León, León.
- Gómez, Héctor (coordinador) (2016) *Estéticas del Rock*. Promoción de la Cultura y de la Educación Superior del Bajío A.C., Universidad Iberoamericana León, Instituto Cultural de León, Universidad del Centro de México, Universidad Iberoamericana Puebla.
-
- (2017) *Estéticas del Rock II. Los Siglos del Rock*. Promoción de la Cultura y de la Educación Superior del Bajío A.C., Universidad Iberoamericana León, Instituto Cultural de León, Universidad del Centro de México, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, León.
- González Sánchez, Jorge A. (1994) *Más (+) cultura(s). Ensayos sobre realidades plurales*, CNCA, México.
- González, Jorge A. (2003) *Cultura(s) y cibercultur@(s)*, Universidad Iberoamericana, Santa Fe, México.
- González Sánchez, Jorge A. y Jesús Galindo Cáceres (1994) *Metodología y cultura*, CNCA, México.
- GRUPO CRIT (2003) *Claves para la comunicación intercultural*, Universitat Jaume Primer, Valencia.
- Harris, Marvin (1978) *El desarrollo de la teoría antropológica. Una historia de las teorías de la cultura*, siglo XXI, Madrid.
- Karam, Tanius (compilador) (2005) *Mirada a la ciudad desde la comunicación y la cultura*, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México.
- Krohling Peruzzo, Cicilia, M. (1995) *Comunicação e culturas populares*, INTERCOM—CNPQ—FINEP, São Paulo.
- Lal, Vinay (2002) *Empire of Knowledge. Culture and Plurality in the Global Economy*, Pluto Press, Londres.

- Lévy, Pierre (2007) *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. Anthropos y Universidad Autónoma Metropolitana Iztapala, México.
- Lull, James (1997) *Medios, comunicación, cultura*, Amorrortu, Buenos Aires.
- Lutzenberger, María Grazia *et al.* (1978) *Cultura, comunicación de masas y lucha de clases*, Nueva Imagen, México.
- Marini, Ruy Mauro y Marga Millán (coordinadores) (1996) *La teoría social latinoamericana, cuestiones contemporáneas*, UNAM, Ediciones El Caballito, México.
- Martín-Barbero, Jesús (1987) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, Gustavo Gili, Barcelona.
- , (1987) *Procesos de comunicación y matrices de cultura*, Gustavo Gili, Barcelona.
- , (2002) *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Massé Narváez, Carlos E. (coordinador) (2005) *La complejidad de las ciencias sociales en la sociedad de la información y la economía del conocimiento: Trastocamiento objetual y desarrollo informacional en Iberoamérica*. El Colegio Mexiquense, Zinacantepec.
- Mattelart, Armand y Érik Neveu (2004) *Introducción a los estudios culturales*, Paidós, México.
- Mcbride, Sean (editor) (1980) *Un solo mundo, voces múltiples*, Fondo de Cultura Económica, México.
- McDonald, D. (1969) *La industria de la cultura*, Alberto Corazón, Madrid.
- Meyer, Lorenzo *et al.* (1979) *Ciencias sociales en México: desarrollo y perspectivas*, El Colegio de México, México.
- Moles, Abraham y Claude Zeltman (directores) (1975) *La comunicación y los mass media. Diccionarios del saber moderno*, Ediciones Mensajero, Bilbao.
- Morley, David (1996) *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Amorrortu, Barcelona.
- Muñoz, Blanca (1989) *Cultura y comunicación. Introducción a las teorías contemporáneas*, Barcanova, Barcelona.
- Perl Cohen, Manuel (coordinador) (1994) *Las ciencias sociales en México*, UNAM—COMESO—UAM-A, México.
- O'Sullivan, Tim *et al.* (1997) *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*, Amorrortu, Buenos Aires.

- Payne, Michael (compilador) (2002) *Diccionario de teoría crítica y estudios culturales*, Paidós, Buenos Aires.
- Pérez González, Rafael Alberto (2008) *Estrategias de comunicación*, Ariel Comunicación, Barcelona.
- Pérez, Rafael Alberto y Sandra Massoni (2009) *Hacia una Teoría General de la Estrategia. El cambio de paradigma en el comportamiento humano, la sociedad y las instituciones*. Ariel Comunicación, Barcelona.
- Piscitelli, Alejandro (1995) *Cibercultura en la era de las máquinas inteligentes*, Paidós, Barcelona.
- Quirós, Fernando y Francisco Sierra (coordinadores) (2001), *Comunicación, Globalización y Democracia. Crítica de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura*. Comunicación Social Ediciones y publicaciones, Sevilla.
- Quiroz Carranza, Roxana (editora) (2009) *Comunicación, Cultura y Sociedad en la Península de Yucatán*, Ediciones de la Universidad Autónoma de Yucatán, Mérida.
- Reguillo Cruz, Rossana (2005) *Horizontes fragmentados. Comunicación, cultura, pospolítica. El (des)orden global y sus figuras*, UIA-ITESO, Guadalajara.
- Reig, Dolors y Luis F. Vilchez (2013) *Los jóvenes en la era de la hiperconectividad. Tendencias, Claves y Miradas*. Fundación Telefónica, Madrid.
- Repoll, Jerónimo Luis (2010) *Arqueología de los estudios culturales de audiencia*, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México.
- Reynoso, Carlos (2000) *Apogeo y decadencia de los estudios culturales. Una versión antropológica*, Gedisa, Barcelona.
- Ritzer, George (1995) *Teoría sociológica contemporánea*, McGraw-Hill, Madrid.
- Rivera, Jorge B. (1997) *Comunicación, medios y cultura. Líneas de investigación en la Argentina 1986-1996*, Universidad Nacional de la Plata, La Plata.
- Rodrigo Alsina, Miguel (2001) *Teorías de la comunicación. Ámbitos, métodos y perspectivas*, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona.
- Schiller, Herbert I. (1993) *Cultura S.A. La apropiación corporativa de la expresión pública*, uDG, Guadalajara.
- Scolari, Carlos (2008) *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*, Gedisa, Barcelona.

- Sierra, Caballero Francisco (coordinador) (2013) *Ciudadanía, Tecnología y Cultura. Nodos conceptuales para pensar la nueva mediación digital*. Editorial Gedisa, Barcelona.
- Silverstone, Roger y Eric Hirsh (editores) (1996) *Los efectos de la nueva comunicación: el consumo de la tecnología en el hogar y en la familia*, Bosch, Barcelona.
- Smith, Alfred G. (compilador) (1976) *Comunicación y cultura* (3 volúmenes), Nueva Visión, Buenos Aires.
- Solís, Beatriz (coordinadora) (1992) *Las industrias culturales*, Opción, México.
- Stevenson, Nick (1998) *Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva*, Amorrortu, Buenos Aires.
- Stezano Federico y Gabriel Vélez Cuartas (compiladores) (2008) *Propuestas interpretativas para una economía basada en el conocimiento. Argentina, Colombia, Estados Unidos, Canadá*, Miño y Dávila editores, Buenos Aires.
- Sunkel, Guillermo (coordinador) (1999) *El consumo cultural en América Latina*, Convenio Andrés Bello, Bogotá.
- Swingewood, Alan (1981) *El mito de la cultura de masas*, Premiá, México.
- Szurmuk, Mónica y Robert Mckee Irwin (coordinadores) (2009) *Diccionario de Estudios Culturales Latinoamericanos*, Instituto Mora y Siglo XXI editores, México.
- Tannen, Deborah (1996) *Género y discurso*, Paidós, Barcelona.
- Thomsen, Cecilia (coordinadora) (2003) *Horizontes de Comunicación y Cultura*, UIC–Ediciones Taller Abierto, México.
- Valenzuela Arce, José Manuel (coordinador) (2003) *Los estudios culturales en México*, Fondo de Cultura Económica, México.
- Vargas Reynoso, José Manuel (coordinador) (2011) *Reflexiones desde abajo/sobre la promoción cultural en México III*, Barra Nacional de Promotores Culturales 3D2 A.C., México.
- Vizcarra, Fernando y Lilian Paola Ovalle (compilación) (2011) *Ciberculturas*, Centro de Investigaciones Culturales–Museo, Universidad Autónoma de Baja California, Mexicali.
- Wilkin, Peter (2001) *The Political Economy of Global Communication: An Introduction*, Pluto Press, London.
- Williams, Raymond (1982) *Cultura, sociología de la comunicación y del arte*, Paidós, Barcelona.

Yúdice, G. (2002) *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*, Gedisa, Barcelona.

Zapata Romano, Rafael Alejandro (2008) *Los investigadores en posición hegemónico-objetiva. Mi encuentro con la comunidad académica de la comunicación en México*, Tesis de Maestría en Comunicación, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente, Tlaquepaque.

Zallo, Ramón (1988) *Economía de la comunicación y la cultura*, Akal, Madrid.

Introducción

Pese a los relatos que llegan a mediatizarse a partir de un imaginario instituido sobre las narrativas, que a su vez dan paso a una construcción histórica, son las prácticas desprendidas de la cultura y las artes, las que dotan de sentido a la existencia de una comunidad. La bibliografía recientemente publicada en nuestras latitudes acerca del tema que proponemos, consta en su mayoría de estudios de caso. En una propuesta un poco más consistente con la necesidad de producción editorial que sirva como primer eslabón reflexivo hacia la praxis, la intención de esta publicación se planteó desde sus inicios reunir discusiones, descripciones, y planteamientos de condiciones de posibilidad, desde una perspectiva crítica y contextualizada en los procesos de México y América Latina.

Así, esta obra es el resultado del análisis desde diferentes tópicos referentes a la liga Cultura–Comunicación y las posibilidades de acción en dicho campo, en torno a prácticas, actores e instituciones.

Cada uno de los autores cuyos textos forman parte de esta compilación, fueron convocados a partir de su amplia experiencia en los temas sobre los que escriben. De manera tal que, al incorporar casos que permiten la comprensión de sus formulaciones teóricas y metodológicas, recurren a situaciones de las que quizá fueron protagonistas y/o agentes clave en la solución de problemas de distinto nivel.

El prólogo en sí mismo es un ensayo que contextualiza de manera tan precisa nuestro tema, que podría dar pie a una publicación resultante de cada una de las etapas, contextos y líneas de trabajo que Jesús Galindo Cáceres menciona y ex-

plica. Tanto él, como los demás autores, ofrecen escritos realmente generosos, no se guardan nada por compartir con los lectores, más bien al contrario. En suma, esta compilación funciona como una amalgama de planteamientos que convergen en el enunciado Cultura–Comunicación, generando un documento único en su producción. Agradezco enormemente este trabajo tan dedicado, lleno de matices y sobre todo, tan espléndido para con quienes se permitan hojear el resultado de este esfuerzo colectivo.

Es muy extraño que los lectores actuales, elijan leer el prólogo y después los capítulos en el orden establecido por quienes intervienen en el proceso editorial. Yo misma leo cada vez más en orden aleatorio al sugerido por las publicaciones. Sin embargo, en esta ocasión, recomendaría a quienes siguen estas líneas, comenzar por el texto de Jesús, ya que brinda el marco propicio para la lectura de los autores que hemos tenido a bien participar en este proyecto editorial.

El artículo de Edgar Josué García, además de enmarcar un prominente trabajo desde otras–nuevas aristas de la relación entre comunicación, cultura y espacio público, resulta una suerte de escrito introductorio que permite localizar los términos en los que estamos tratando, analizando y hablando de cultura durante todo el volumen.

De manera muy particular y producto de su amplia experiencia en la labor académica y docente consolidada durante años, Magdalena López de Anda presenta elementos para discutir sobre el factor identidad, apelando a un diálogo entre autores y posibles nexos teórico-metodológicos, entre comunicación y cultura para tal fin.

El abordaje de Mariana Rubio de los Santos basado en la invitación a pensar la imagen desde diferentes contextos y momentos del pensamiento moderno abona al terreno del estatuto de la mirada, a partir de la experiencia curatorial de expertos en el fenómeno.

Para resaltar la importancia de las industrias y la economía creativa, Karla Paniagua propone una mirada cercana y desde su experiencia, a la industria editorial académica, en la modalidad de producción de revistas científicas. Resulta un aporte necesario a los estudios y al universo de la liga Cultura–Comunicación y que dará luces a quienes desde esta perspectiva, incursionan en el mundo editorial.

La propuesta de Sergio Rodríguez Blanco, se consuma a manera de pasos a seguir en la preparación de un periodismo cultural, informado, sensato y consciente de las

implicaciones de comunicar desde este ámbito. Las experiencias diversas plasmadas por Sergio en torno a sus vivencias a lo largo y ancho del continente, redundan en un texto que acusa el paradigmático original-copia de la construcción latinoamericana. Los ejemplos permiten que el lector se deslice entre los planteamientos teóricos basados en la hegemonía (desde los estudios de comunicación y cultura) hacia realidades que si bien pudieran no resultar cotidianas en su materialización (congresos, exposiciones) desencadenan diálogos con situaciones por las que, estoy segura, cada uno de los individuos que tenga a bien leer el texto tiene en su haber.

Por mi parte, sostengo firmemente el interés de propiciar un marco que permita una liga entre el pensamiento y la praxis, abriendo surcos en el terreno de la crítica como herramienta fundamental para el quehacer de quienes trasegamos por este universo de la cultura, la comunicación y las artes en una cierta condición de *Sur*.

Desde la primera vez que discutimos con Carlos García Martínez la posibilidad de llevar a cabo esta “conspiración editorial” a este momento de materializar cómo introducir el libro, sucedieron tantos hechos que pareciera que, más allá de dos años, hubiera transcurrido mucho más tiempo en el calendario. Esta actividad que me permite ahora mismo ser leída por quienes se hicieron de un ejemplar de esta obra a partir de diversos medios, pretende honrar la labor de Carlos, quien se nos adelantó en la ruta mientras ejercía aún como Director de Capacitación Cultural en la Secretaría de Cultura, así como de tantos otros anónimos trabajadores que abrieron brecha para que nuestras generaciones consoliden sus proyectos y sus ideas florezcan como testimonio de la necesidad de hacer que las cosas sucedan.

Johanna C. Ángel Reyes

COMUNICACIÓN, CULTURA Y ESPACIO PÚBLICO. CLAVES PARA ENTENDER SU RELACIÓN DESDE LA INGENIERÍA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

EDGAR JOSUÉ GARCÍA LÓPEZ¹

“La cultura es el proceso de continua producción, actualización y transformación de modelos simbólicos (en su doble acepción de representación y de orientación para la acción) a través de la práctica individual y colectiva, en contextos históricamente específicos y socialmente estructurados”.
Gilberto Giménez

Comunicación, cultura y espacio público guardan una relación indisoluble, de hecho, protagonizan una doble relación, una en el plano conceptual y otra en el práctico. En ambos casos su vinculación es interdependiente; en el plano de los conceptos, de manera simple, se entiende que la cultura se desarrolla sobre determinados espacios públicos mediante procesos de comunicación variados, que la comunicación es una expresión de la cultura y que el espacio (público o privado) es justamente el campo de cultivo para ambas; sin embargo, el interés de este diálogo, sin pretender agotar el tema, es el de discutir sobre la relación en el plano práctico, el de la vida cotidiana, el de su manifestación fenoménica. Se delimita una doble relación y no una sola, porque es justamente la polisemia de estos términos lo que promueve diversas y libres interpretaciones que una vez que se está en campo es complicado delimitar y traducir a hechos ponderables; en la experiencia es recomendable acudir directamente a observables de la cotidianidad para comprender cómo ocurre, lo que

¹ Profesor e investigador universitario, consultor y gestor cultural. Es candidato a doctor en Ciencias y Humanidades para el Desarrollo Interdisciplinario por la UNAM y la Universidad Autónoma de Saltillo, maestro en Educación por la Universidad del Centro de México, S.L.P. y licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Autor del libro *Introducción a la cultura de la participación. Participación, currículum y educación superior* y de “Notas para comprender la relación entre participación y comunicación. O del por qué y cómo construir la cultura de la participación en las organizaciones”. Es investigador de la Universidad del Centro de México, UCEM y miembro fundador del Grupo Hacia una Ingeniería en Comunicación Social, GICOM.

ocurre, tanto para su registro y análisis, como para su intervención. Los hechos no siempre encajan en el molde de los conceptos generales. ¿Cómo se reconoce la comunicación en la práctica?, ¿cuáles son los indicadores de la cultura en campo?, ¿qué compone el espacio público en el transcurso de la cotidianidad?, son algunos de los cuestionamientos que el lector está a punto de recorrer desde la experiencia de un gestor de desarrollo local y de construcción de cultura de participación; desde donde es preferible trabajar con situaciones concretas que con relaciones conceptuales.

I. Comunicación, Comunicología e Ingeniería en Comunicación Social

La concepción de la comunicación desde la que aquí se partirá tiene su origen en la perspectiva sistémica, desde la cual se la comprende como un fenómeno social que se manifiesta todos los días en todas las prácticas del ser humano, en la que todos los elementos que intervienen en ella guardan una relación de interdependencia, y con una intención superior al de la mera transmisión de mensajes entre dos o más actores, donde alguno o algunos de ellos fungen en calidad de emisores y el resto asume el rol de la recepción. Abraham Nosnik (2014)² reconoce tres niveles de la comunicación, que van de menor a mayor grado de involucramiento del ser humano, y de menor a mayor impacto en el sentido de construcción y sustentabilidad de las relaciones sociales. El nivel más elemental que describe es el de la *comunicación lineal*, acotado a la transmisión de mensajes en donde el énfasis recae en el factor técnico, hay una comunicación efectiva cuando el mensaje ha llegado íntegro a su destino; el segundo nivel, el de la *comunicación dinámica*, se centra en el sentido de los mensajes, su objetivo es semántico, una comunicación ha cumplido su objetivo cuando los mensajes no sólo han llegado a su destino sino que además, han sido comprendidos; el tercer nivel, el más complejo, es el que corresponde a la *comunicación productiva*, en este plano se considera que la *comunicación* es exitosa cuando ésta además de promover un plano lineal y dinámico, asume el propósito

² Comunicólogo, investigador y docente universitario. Es licenciado en Comunicación por la Universidad Iberoamericana. Estudió su doctorado en Comunicación Social en el Institute for Mass Communication Research de la Universidad de Stanford y una especialidad en Filosofía de la Ciencia en la misma institución. Autor de: *El desarrollo de la comunicación social. Un enfoque metodológico*, entre otros textos. El autor está elaborando una metodología de los sistemas heurísticos basada en el trabajo de Imre Lakatos. Información tomada de Claudio E. Flores Thomas, "Abraham Nosnik y la comunicación organizacional". Nota de los editores.

superior de construir ambientes ricos en información con altos grados de inteligencia comunicativa entre los miembros del proceso para procurar el beneficio propio, el de la contraparte y el del propio sistema como un todo. Nosnik (2002) asegura que se puede hablar de una inteligencia comunicativa cuando hay un grado en que los mensajes generan más satisfacción que insatisfacción en quienes los producen, los distribuyen, reciben y usan; esa satisfacción depende —a nivel de cada una de las partes— de las necesidades, expectativas y objetivos comunicacionales que se persiguen, y —a nivel sistémico— de la misión u objetivo general que da identidad y sentido al sistema.

No obstante, Nosnik no se encuentra solo en esta cruzada en favor de una concepción de la comunicación en su versión más compleja, basta revisar los trabajos de Alfonso Gumucio (2001), Rafael Alberto Pérez (2001), Tomás Rodríguez Villasante (2006) y Sandra Massoni (2013) entre otros, para tener un panorama más completo. En ese sentido el Grupo Hacia una Ingeniería en Comunicación Social (GICOM), desde México, ha desarrollado una propuesta que se apetece completa al unificar teoría y práctica, conocimiento y acción; en ella coloca al centro el fenómeno de la comunicación entendida como un sistema social, equilibrándola en uno de sus costados con una ciencia de la comunicación para su estudio y comprensión: la Comunicología; y por el otro lado, una metodología para su operacionalización e intervención: la Ingeniería en Comunicación Social (ICS)³.

La ICS es un ente que posee dos hemisferios, en uno de ellos está la realidad como un sistema, un “ingenio” de lo social que gira en torno a la comunicación: la realidad como ingeniería social, pero más exactamente, como Ingeniería en Comunicación Social; y en el otro, tenemos una metodología integral y compleja para intervenir en la sociedad, desde la comunicación misma, para orientar y promover procesos de tensión y conflicto que se generan en el quehacer diario de las relaciones humanas: La Ingeniería en Comunicación Social como un programa metodológico⁴.

³ Quien esto escribe es miembro fundador del GICOM, se puede consultar más sobre el grupo en www.gicom.com.mx

⁴ Para mayor referencia pueden consultarse los trabajos de Jesús Galindo (2011b, 2014) y Edgar García (2012, 2015, 2016).

Entendida así, la ciencia que fundamenta al programa de la ICS es la Comunicología, también referida como Comunicología Social (para distinguirla de otras comunicologías que, sobre todo en Latinoamérica, se han desarrollado con el propósito de fundar una ciencia de la comunicación⁵). Jesús Galindo (2011a) trabajó sobre el proceso de constitución de esta Comunicología en un programa que en su última etapa se denominó “De la Comunicología Posible a la Comunicología Social”. La Comunicología pone al centro del análisis la articulación como eje constructor de la vida social, la comunicación es el eje de la vida social, la comunicación articula. La Real Academia Española (RAE) dice que “articular” proviene en un primer sentido del latín *articularis*: de *articulus*, que significa “artejo”, “nudo”, algo que es perteneciente o relativo a la articulación o a las articulaciones; en un segundo sentido, *articulus* es juntura; unir dos o más piezas de modo que mantengan entre sí alguna libertad de movimiento; construir algo combinando adecuadamente sus elementos. La comunicación es articulación.

Señala Galindo (2012) que la comunicación debe estar orientada a reconfigurar y mejorar la trama relacional de nuestras vidas desde la articulación, para que las estrategias de resistencia desaparezcan y se vuelvan colaboración. En toda relación humana se encuentra latente el conflicto, como una resistencia al encuentro y al diálogo, o por lo menos, una de ellas se resiste a dialogar y a asimilarse en un sistema de comunicación. La articulación surge cuando una parte acepta asimilarse a la otra, o cuando ambas aceptan el diálogo. Por otro lado, es pertinente comprender que la articulación, desde la Comunicología, trae implícita el sentido de comunión, es decir, de comunidad; cuando la articulación conlleva la superación de las diferencias, entonces es posible la consistencia de una comunidad, pero si no se consigue, la resistencia se torna en conflicto, los grados de tensión entre los seres sociales siempre están presentes, para que un sistema de comunicación se mantenga en movimiento, es recomendable que esa tensión tienda a la proactividad, a la enacción; en palabras de Galindo (2012), la Comunicología ve el conflicto como una tensión que separa, y a la articulación, como una tensión que une. La

⁵ Por mencionar algunos casos, se pueden consultar los artículos de Eulalio Ferrer (1982), Francisco Javier Ullán (2003), Francisco Sierra (2011), Luis Ramiro Beltrán (2014), Eduardo Del Buey (2016) y de Heber Abelino (2017) para explorar otras perspectivas.

comunicación articula individuos en grupos y grupos en redes, comunicación es articulación.

Básicamente la Ingeniería en Comunicación Social observa la vida cotidiana actual como Sistema de Comunicación: indaga qué factores intervienen para articular o separar a las personas respecto a sus proyectos sociales. De igual forma, revisa la historia para identificar el origen de esos factores, sus relaciones antepasadas, sus herencias, prevalencias y consecuencias, por decirlo de algún modo, la vida cotidiana de antaño son Sistemas de Información. Todo Sistema de Comunicación es resultado de alguno anterior y será promotor de otros por venir, todos ellos, presentes, pasados y futuros, conforman un Sistema de Información Social en el que es posible observar tendencias y trayectorias; los Sistemas de Comunicación son Sistemas de Información operando en el presente. Entonces es tarea de la ICS como programa metodológico observar detalladamente a la vida social como una ICS, no sólo para explicarla teóricamente desde la Comunicología, sino para imaginar lo que puede pasar si se alteran todas o algunas de las variables que la constituyen; diseñar estrategias para promover mundos posibles y hacerse de los medios para construirlos. En un gradiente de posibilidades la ICS, de acuerdo con el entramado de intereses, podrá establecer como propósito mantener las cosas sin cambios, cambiarlas parcialmente o transformarlas de manera radical.

En materia de cultura ¿qué se puede hacer desde la Ingeniería en Comunicación Social en y desde el Espacio Público?, ¿qué se ha hecho para motivar la tensión hacia la articulación desde las políticas públicas? y ¿qué desde la sociedad civil?; hay un camino recorrido desde la interdisciplinariedad que no hay que perder de vista, pero falta camino por recorrer.

II. Cultura, Frentes, Campos, Ofertas y Prácticas Culturales

La cultura es otro concepto difícil de delimitar, en el océano de definiciones y concepciones desde diversas disciplinas como la antropología, sociología o psicología, entre otras, es complicado llegar a un común denominador desde el cual se pueda trabajar en conjunto. Para volver operable el concepto e identificarle en su manifestación práctica, sea con fines académicos, científicos o activistas, es necesario

apegarse —en parte arbitrariamente— a alguna definición que se pueda traducir a aspectos medibles, delimitables y maleables. Hablando de la relación entre comunicación, cultura y espacio, quizá los trabajos de Clifford Geertz (1992), Pierre Bourdieu (1998) y Gilberto Giménez (2005) sean los más ilustrativos y significativos para el desarrollo de la discusión que aquí se construye, insistiendo, desde luego, en el sentido arbitrario, que no azaroso, de esta selección.

Apunta Giménez (1996) que la concepción semiótica de Geertz, entendida como pautas de significados, resulta ser de las más apropiadas para delimitar el concepto de cultura ya que esta dimensión simbólico—expresiva engloba todas las prácticas sociales:

"En términos más descriptivos diríamos que la cultura es el conjunto de signos, símbolos, representaciones, modelos, actitudes, valores, etcétera, inherentes a la vida social. Como se echa de ver, la cultura así definida no puede ser aislada como una entidad discreta dentro del conjunto de los fenómenos sociales porque está en todas partes" (p. 13).

Giménez (1996) reconoce que la cultura, también concebida como un complejo multidimensional⁶, suscita la colectividad en la medida en que constituye su memoria, promueve la cohesión de sus actores y legitima sus acciones, lo que significa que la cultura es al mismo tiempo, socialmente determinada y determinante, estructurada y estructurante. En cierto sentido, la cultura y la comunicación comparten la figura de la articulación.

Por otro lado, mientras más elementos tenga la cultura en calidad de observable, será más fácil operar sobre ella, con indicadores, es decir, con elementos que se puedan registrar para su posterior análisis, interpretación e intervención; términos como políticas culturales, oferta cultural, productos culturales, industria cultural,

⁶ Se reconocen tres dimensiones de la cultura. La cultura como *comunicación* la refiere como el conjunto de sistemas de símbolos, signos y emblemas, entre los que se incluyen la lengua, el hábitat, la alimentación y el vestido, entre otros, en esta dimensión se les considera más como sistemas semióticos que como valor funcional; la cultura como *almacenamiento de conocimientos* no sólo se refiere a la ciencia, también incluye las creencias, la intuición, la contemplación y el conocimiento práctico del sentido común; la cultura como *visión del mundo* contiene las religiones, las filosofías, las ideologías y todas las reflexiones sobre totalidades que impliquen un sistema de valores para la interpretación y acción sobre el mundo. Estas tres dimensiones analíticas son inseparables. Gilberto Giménez (1996).

consumo cultural y gestión cultural, han permitido generar reportes sobre el estado de la cultura en diversos momentos de la historia⁷. Explica Jorge A. González (2007) que la realidad no puede ser vista en su totalidad, lo que se puede observar son objetos, individuos y sensaciones que han sido construidas como observables:

“Las relaciones, que constituyen el núcleo del saber científico básico, nunca son directamente observables; sólo pueden ser inferidas y jamás se oponen simplemente a nuestros sentidos, ni se pueden captar así, como irritaciones de nuestras terminales nerviosas. Un *observable* es la relación que establecemos entre una parte de información que proviene de las determinaciones del Objeto (O), y otra parte de interpretación que proviene de las determinaciones del Sujeto (S) Llamamos hecho, a un conjunto de relaciones que establecemos entre observables” (González, 2007, 55).

En ese sentido, el trabajo de Bourdieu (1998) implica una relación directa entre cultura y espacio, la representación del capital cultural como *habitus*, como bien cultural y como institución provee de elementos necesarios para mapear los estilos de vida de una sociedad y obtener una instantánea de su desarrollo cultural, en lo social, lo político y lo económico. Giménez (1996) por su parte, propone visualizar la cultura en dos estados, uno que será el de las formas objetivadas, los productos y las instituciones culturales, y otro, el de las formas subjetivadas, que se refiere al conjunto de paradigmas desde los cuales cada individuo percibe el mundo e interactúa en él. Reconoce, además, una relación dialéctica entre ambas formas de la cultura, ya que el estado objetivado tiene sentido únicamente si puede ser apropiado y reactivado por un capital cultural incorporado —un *habitus*— requerido para leerlas, interpretarlas y valorizarlas, concluye el autor.

La ics coincide con Pierre Bourdieu (1998) en que las expresiones culturales de una sociedad no son estáticas, ni anacrónicas; existen para el sociólogo francés, esquemas a los que denomina: “estructuras–estructurantes–estructuradas” (lo que para la ics son Sistemas de Información y Programas Narrativos), que a lo largo del

⁷ Entre otros, Verónica Almanza (2005) repasa los estudios sobre consumo cultural desarrollados en México desde los años ochenta hasta mediados de la década del 2000, entre los que destacan los realizados por Néstor García Canclini, Mabel Piccini y Ana Rosas Mantecón, con apoyo de CONACYT, en 1989; el de CONACULTA entre 1988 y 1989; la Encuesta Nacional de Juventud 2000; y la Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales en 2003, realizada por la UNAM y la empresa Consulta Mitofski.

tiempo se han ido configurando mediante la incorporación de la estructura social y, por ende, de las relaciones sociales; son estructurantes porque es a través de esa misma estructura, determinada históricamente, que se engendran marcos de referencia, pensamientos, percepciones que desembocan en la conducta social; desde la ICS, en este proceso intervienen los espacios, las clases sociales, el vector tecnológico, las ideologías prevalentes y otras variables que hacen posible no sólo la descripción del comportamiento humano, sino la prescripción del mismo.

Los trabajos de Richard Hoggart (1958), Raymond Williams (1958) y Edward P. Thompson (1963), que sentaron los antecedentes de lo que el mismo Hoggart emprendería después en Birmingham en 1964 como los Estudios Culturales, representan la fuente teórico-práctica de la visión de la cultura entendida como prácticas culturales. Ellos concentraron su energía en la experiencia de la cultura, más allá de una mera aproximación a ésta como algo predeterminado y estático. A partir del concepto de las prácticas culturales como observables, González (2001) retoma de la tradición marxista, los llamados “Frentes Culturales”, para desarrollar una metodología que le permitiera cartografiar la relación entre estas tres variables: la comunicación, la cultura y el espacio público; describe al Frente Cultural, en primera instancia como una frontera, un límite poroso que demarca los intereses y estrategias de un determinado colectivo, sea una raza, una clase social, un país, etcétera; es también una arena de lucha que traza tensiones y conflictos en torno a determinadas prácticas. Se puede hablar de Frentes Culturales porque se trata de formaciones simbólicas construidas y compartidas socialmente entre diversos grupos, sectores y clases.

Los Frentes Culturales continua González (2001) son configuraciones producidas entre diversas dinámicas y cambios históricos de las estructuras simbólicas; estos frentes son por un lado, estructurales, y por el otro, dinámicos, están en constante movimiento, entre tensiones y conflictos culturales. Aunque el autor describe varios niveles de interacción y construcción de estos Frentes que en el análisis permiten encontrar puntos de concordancia con la ICS, léase su sentido estructural, histórico, situacional y simbólico; por el momento, será suficiente con enunciarlos en la forma en que el autor los delimita⁸:

⁸ Una visión completa y compleja de los Frentes Culturales, tanto de su epistemología como metodología, puede revisarse en González 1987 y 2001.

“Los Frentes Culturales se constituyen como espacios sociales, entrecruces y haces de relaciones sociales no especializadas en los que se lucha o se ha luchado por el monopolio legítimo de la construcción y reinterpretación semiótica (modulación y modelación) de determinados elementos culturales transclasistas, es decir, por la ‘resemantización’ o definición que históricamente un bloque de clases/grupos elaboran sobre las ‘necesidades’, las ‘identidades’ y los ‘valores’ legítimos (únicos y verdaderos para todos) que pueblan los vericuetos de la vida cotidiana y que interesan una densa área en la que están imbricadas a su modo todas las clases y grupos” González (1987, 35–36).

La forma más práctica y operable de los Frentes Culturales, significa para González (1995, 138) su traducción a campos y a ofertas culturales; por los primeros comprende una estructura histórica única, con autonomía y desarrollo propios, enmarcados en una dinámica de mayor escala, un campo de campos “en el que cada unidad recortada como campo ocupa un lugar en el espacio global y a su vez participa constante, aunque no siempre de manera protagónica, en las luchas por transformar o preservar el arreglo de las posiciones frente a otros campos de fuerza que operan privilegiadamente en el terreno de la cultura”. Por las segundas, entiende toda creación de productos especializados disponibles en un espacio y un tiempo determinados; toda institución y todo producto de esta oferta cultural, sean bienes o servicios, están sometidos históricamente a diversas tensiones, entendidas desde la ICS como articulación y conflicto, que provoca un desigual equipamiento cultural de las sociedades.

Los ocho campos que establece González (1995)⁹, religioso, educativo, salud, artes, edición, ocio, alimentación y abasto, eluden la perspectiva reduccionista que equipara la cultura con el arte, amplía el abanico de las prácticas del quehacer humano en la cotidianidad y permite una exploración de las complejas relaciones que se entablan, fugaz o permanentemente, entre cada una de ellas, de una manera muy similar a como ocurren en la realidad; se sabe por ejemplo, que las personas viven y recrean prácticas culturales cotidianamente en todos los Frentes Culturales, aunque no en todos al mismo tiempo, que a veces, lo hacen en lo individual y otras en colectivo, que en algunos momentos siguen agendas dominantes (moda, *mainstream*)

⁹ Jorge A. González y el Labcomplex desarrollan un protocolo metodológico para la implementación del proyecto de “Formación de Ofertas Culturales y sus Públicos en México, Siglo xx” (genealogías, cartografías y prácticas culturales) [FOCVP], a inicios de la década de los noventa.

y en otros casos, persiguen u organizan agendas alternativas; en apariencia porque ante la lupa de la historia no hay nada nuevo bajo el sol, hay ciclos, aun cuando se asuma algo como original o único.

González (1995) no desarrolla detalladamente el concepto de prácticas culturales, ese trabajo le corresponde a la ICS: vincular en un trinomio de Frentes Culturales a los campos, las ofertas y las prácticas culturales para desarrollar programas y modelos que faciliten su estudio e intervención; conviene advertir que el concepto de oferta no debe entenderse en un sentido limitativo como lo que se ofrece o lo que está disponible para determinadas experiencias desde las políticas públicas y el equipamiento mueble o inmueble; sino que debe contener también todas aquellas formas de organización y participación que emergen desde la sociedad civil en forma autogestionada, autónomamente, aun con inestables condiciones y circunstancias; la relación entre oferta, práctica y campo resulta ser una tensión entre lo institucional y lo instituyente.

Por lo tanto, la relación que se da en la vida cotidiana entre comunicación y cultura, es decir, entre la articulación y las prácticas en cada uno de los frentes y campos culturales, es materia de interés de la Ingeniería en Comunicación Social. Visualizar dichas prácticas en el espacio público, para su ilustración cartográfica, solamente representa en este programa metodológico un primer momento, el de la recolección de datos en la etapa inicial; sin embargo, es necesario un análisis profundo de relaciones históricas y contemporáneas, de tendencias y trayectorias, tensiones y distensiones, de causas y consecuencias, que entre otras acciones, permitan desarrollar exitosamente la primera etapa de la ICS: el diagnóstico de la situación; así como las subsecuentes: el diseño de estrategias para la intervención y la implementación del programa de acción. Desde esta perspectiva las posibilidades son tan complejas como infinitas; en conjunto, los protocolos, programas, procesos, metodologías y modelos, constituyen el cuerpo de lo que se ha designado como Ingeniería en Comunicación Social de la Gestión Cultural.

III. Sobre el Espacio Público

Menciona Giménez (1996) que la antropología posmoderna ha introducido un discurso paralelo sobre la relación entre cultura y territorio:

“La cultura ‘posmoderna’ [resulta en] una cultura ‘desterritorializada’ y ‘desespacializada’, debido a los fenómenos de globalización, al crecimiento exponencial de la migración internacional y a la ‘deslocalización’ de las redes modernas de comunicación. Según Akhil Gupta y James Ferguson (1992: 6–23), esta disociación radical entre cultura y espacio habría dado origen a culturas nómadas o de diáspora que ya no permiten distinguir entre ‘aquí’ y ‘allá’, entre ‘nosotros’ y ‘ustedes.’” (Giménez, 1996, 9).

La globalización para Néstor García Canclini (1999) son nuevas formas de producción del espacio y del tiempo, es un tejido en constante cambio en el que ocurren variadas contradicciones y conexiones entre lo local–global y lo local–local; si bien es cierto que entre las diversas comunidades se dispersan bienes, personas y mensajes, cuando se trata de procesos globales, señala el autor, hay que centrarse en las personas, en la gente que migra o viaja, los actores no se evaporan en sociedades anónimas, son ellos los que han generado un mercado mundial donde los bienes se han “desterritorializado”. En estos procesos las tecnologías juegan un papel determinante, Beck (2002) aclara que en materia de mercados la globalización no consiste en estar presente en todo el mundo, sino en ser parte de la vida en cada cultura; en lo que respecta a la interacción humana, no significa que las personas deban estar siempre disponibles para todos o en todos los sitios.

El concepto de globalización debe servir de pretexto y apertura para el diálogo sobre lo complicado que resulta delimitar conceptualmente el espacio, y de cómo esa dificultad se traslada a la práctica cuando se trata de constituir observables para su análisis e intervención. La relación entre comunicación, cultura y espacio público puede reflejar concepciones simplistas cuando se le restringe a lugares comunes como la ciudad y lo urbano, lo que resulta poco funcional ya que no es privativo de ello. Por otro lado, conviene esclarecer que en principio lo pertinente es aludir a su figura desde lo complejo, por lo que sería más apropiado referirle como los *espacios públicos*; sin embargo por practicidad, resultará indistinto señalarle en singular como el *espacio público*, sin que esta toma de libertad altere su semántica.

El espacio, del latín *spatium*, tiene según la Real Academia Española varias acepciones: es la extensión que contiene toda la materia; también, lo que ocupa cada objeto material; es la capacidad de un terreno o lugar; asimismo, la distancia entre

dos cuerpos e igualmente; el transcurso de tiempo entre dos sucesos, entre otras. El espacio es el ámbito territorial que necesitan las colectividades y los pueblos para desarrollarse. Es un límite, una frontera que une y separa¹⁰. Desde la Comunicación, el espacio es un vector de tensión que lo mismo podría tender hacia la articulación como al conflicto. Ya se ha discutido en otras ocasiones la importancia de atender los estudios del espacio con una mirada crítica y preferentemente interdisciplinaria:

“Uno de los referentes obligados en esta materia es De Certeau (2000), que desde su perspectiva el espacio no es más que un lugar practicado, un cruce de elementos en movimiento, así los caminantes transforman en espacio la calle, definida por el urbanismo como lugar. El término espacio es más abstracto que el de lugar, la distinción entre no lugares y lugares pasa por la oposición del lugar con el espacio, de acuerdo con Augé (1992). Para el autor un lugar es el espacio de identidad, es relacional e histórico. En tanto que el No Lugar es un espacio que no puede definirse ni como un espacio de identidad, ni como relacional, ni como histórico, son realidades complementarias pero distintas, relacionado con ciertos fines como transporte, comercio, ocio; espacios de tránsito, autopistas, comercios, habitaciones de hotel, entre otros. Quedará pendiente la revisión del espacio en un sentido más detallado, como el geométrico, el antropológico y el existencial que distingue Merleau-Ponty (1993), entre otros... como se puede observar, la configuración del fenómeno espacio, como un sistema complejo, alienta su estudio desde una dimensión interdisciplinaria que permita atenderle desde todos los flancos posibles.” (García, 2015, 98).

Giménez (1996, *apud* García, 2015) asegura que los espacios pueden tener considerables cargas de sentido si la experiencia en ellos permite imaginar referentes, espacios significativos; la pertenencia socio-territorial se articula en el individuo con una multiplicidad de pertenencias de carácter no territorial, como la identidad

¹⁰ “...el espacio es una dimensión, una extensión, una materialidad, una realidad, una configuración, una estructura, la inducción, la diseminación, la fragmentación (...). Todo tiene lugar en el espacio, todo es el espacio o todo es espacio u ocupa un espacio (...) el lleno/vacío es el espacio dinámico o la dinámica de un espacio siempre en transformación (...). La ordenación del espacio (...) supone así pues una configuración o estructura, una disposición de la materia diseminada o dispersa que no es una fragmentación caótica o dinamitada de la materia, sino agrupaciones nucleares del todo en múltiples partes, entre las que se establecen y mantienen relaciones de variada tipología y nivel proximidad/distancia, asimilación/disimilación, analogía/diferencia, aposición/contraposición, y cuantas se quieran descubrir o poner en funcionamiento”, Georges Perec, (2003).

religiosa, política, ocupacional o generacional; ese apego asume un valor simbólico-expresivo y una carga emocional por sí mismo¹¹.

El espacio promueve una configuración de propio y ajeno, de lo que pertenece e identifica, provee elementos que distinguen y por lo mismo segregan; hay una variable de intimidad en toda delimitación espacial, que genera un sentido de adentro versus afuera, cierta libertad que otorga el sentimiento de que un espacio es propio, donde ciertas reglas y condiciones se pueden establecer, romper o transformar sin que forzosamente se convide a otros a participar.

Los hay también en particularidad de ajeno, esos que reproducen la relación con el otro, y promueven el acuerdo, el consenso; en ocasiones llegan a motivar el ejercicio de construir comunidad para pasar del territorio que no es de nadie a la propiedad de todos¹². Esos fenómenos fecundan diversas discusiones respecto a lo que se considera lo íntimo, lo privado y lo público, reflexiones que sólo el espacio puede otorgar. La confrontación entre Ernesto Garzón (2005) y Raymond Geuss (*apud* Garzón, 2005) centra su interés en el reconocimiento de si hay, o no, una distinción real sustantiva entre lo público y lo privado.

Si asumimos una postura de diferenciación entre lo privado y lo público (analizar el tema no es el objetivo de este texto), es preciso señalar que un espacio público¹³ puede ser virtual y físico. Susanne Langer (1953) distingue un espacio real y uno virtual, no obstante, por virtualidad comprende un conjunto de representaciones de alto simbolismo y carga valorativa que está presente en cada sujeto respecto a los espacios reales, una conceptualización que se encuentra más ligada

¹¹ Gilberto Giménez (1996) denomina como “geosímbolos” a un lugar, un itinerario, una dimensión simbólica que alimenta y conforma la identidad: caminos, monumentos, paisajes y cualquier elemento de la naturaleza antropomórfica.

¹² “El sentido de identidad o de pertenencia a un grupo se desarrolla sobre la base de compartir un universo simbólico común, una representación colectiva que define una relación entre nosotros y los otros” (Eduardo Nivón, 1988: 33).

¹³ “La definición moderna del espacio público fue establecida por primera vez en la Francia del siglo XIX, paralelamente a las ideas de nación y Estado, como parte de las grandes transformaciones de la Revolución francesa. (...) En 1833 Proudhon propuso por primera vez distinguir entre dominio privado y público. Lo público comprendía lo marítimo, aéreo, fluvial, rutas, calles, plazas y edificios estatales, museos y cementerios, entre los principales dominios. Lo público sería, desde entonces, espacio de colectividad frente a lo individual, más bien reservado al hogar y la vida de familia y, en fin, la esfera doméstica del individuo y los suyos” (A. Silva, 1999: 205–206).

a la percepción y a la apreciación del arte que a la delimitación de espacio para su intervención. Henri Lefebvre (1974) da por entendido que de origen existe un espacio social que se despliega en tres dimensiones: percibido, concebido y vivido¹⁴. Por *espacio percibido* se refiere a la producción y reproducción de lugares específicos, con tipologías y jerarquías propias de cada formación social, es el *espacio físico*; por el *concebido* hace referencia a la representación que del espacio tiene cada individuo en su cabeza, construido a partir de las relaciones de producción y orden de los conocimientos, signos, códigos y relaciones que configuran la interpretación de una realidad que se asume como hábitat; y por *espacio vivido* explica los espacios de representación, esos que expresan simbolismos complejos relacionados con lo que llama “lado clandestino y subterráneo de la vida social”. Lefebvre (2013) explica que estas tres dimensiones mantienen una relación dialéctica, lo que implica una presencia de poder y una lucha por conseguirlo. Gustavo Lins (2002) plantea una discusión interesante sobre la concepción de virtualidad, a través de un minucioso análisis de conceptos y fenómenos como el ciberespacio, la realidad virtual y el campo virtual, entre otros, en la que engloba todo aquello que ocurre en la Internet dentro de una categoría que llama espacio público virtual que aquí va a ser considerada pertinente para su distinción del espacio público físico.

Por otro lado, el espacio público físico ha de clasificarse también en urbano y rural, Harvey (1977), Carpio (2002) y Borja (2003) ya han profundizado en sus características, circunstancias y condiciones. En ambos casos existen espacios de tránsito, de encuentro, cuyos protagonistas son transeúntes, personal de paso; pero también los hay de asentamiento, con habitantes que siendo permanentes o momentáneos, hacen uso del espacio para provocar la producción y reproducción de relaciones humanas, expresarse, manifestarse, exponerse; Amalia Signorelli (1999) asegura que las casas, las calles donde se vive, las tiendas que se frecuentan, los transportes utilizados, las cantinas a las que se concurre, los lugares de trabajo, así como la publicidad y los anuncios, sugieren muchas de las estructuras de las ideas y sentimientos que las personas poseen.

¹⁴ Henri Lefebvre lo retoma de Piaget. Véase Jean Piaget, (2008). *La representación del mundo en el niño*. Madrid: Morata.

En todos los casos, siendo cualquiera el tipo de espacio público al que se refiera (urbano, rural, virtual, físico, etcétera), hay determinados aspectos que en sentido estricto demarcan diferencias considerables, pero otros se mantienen: el espacio público, de fondo, tiene siempre la consecuencia de visibilizar la vida social, proyectar al individuo a la vida pública. Así que, una vez bosquejada la complejidad que acompaña la delimitación del espacio, es preciso señalar que el espacio público se ha de asumir de aquí en adelante, como un lugar que supone dominio público, uso social colectivo y diversidad de actividades; con dimensiones físicas, sociales, culturales y políticas; como un lugar de relación, identificación, manifestación y contacto; un ámbito para la expresión comunitaria, la imaginación y la creatividad. La calidad del espacio público se podrá evaluar por la intensidad y el grado de excelencia de las relaciones sociales que permite establecer, por su capacidad de acoger y mezclar distintos grupos y comportamientos, y por su disposición para estimular la identificación simbólica, la expresión y la integración cultural (Viviescas, 1997; Borja, 1998; Segovia y Dascal, 2000; Segovia y Jordán, 2005).

Cuando se trata de colocar sobre una superficie material a los Frentes Culturales, es decir, si se requiere visibilizar determinadas “prácticas culturales” para su análisis, esa superficie resulta ser siempre la misma, la mayoría de las prácticas culturales se desarrollan ahí, el resto se relacionan o complementan de alguna manera con otras prácticas que tarde o temprano pasarán por su cedazo: el espacio público. Cada uno de los campos anteriormente identificados por González (1995) tiene su referente material en el espacio público: escuelas, iglesias, cines, imprentas, museos, restaurantes, todos. Para comprender el origen y desarrollo de las prácticas culturales hay que delimitarlas en el espacio público atendiendo a las tensiones que las inclinan hacia la articulación o al conflicto, sin descuidar ni su tendencia ni su trayectoria; ésta es como tal, la relación entre comunicación, cultura y espacio público.

En México, autores como Ziccardi (2003), Bolos (2008), Giglia (2012) y Ramírez (2013) han desarrollado o coordinado proyectos que evidencian los usos del espacio público en diversos ámbitos: cooperación y colaboración para el desarrollo local, mujeres y oficios, ciudadanía, políticas públicas, violencia, mercado, trazo urbano, entre otros. Galindo (1994), González (1994), Morales y García (1995)

y Gómez (2001) han trabajado específicamente sobre ofertas culturales locales y regionales y más recientemente sobre gestión cultural Szurmuk y Mckee (2009), Cortés (2011), Mariscal (2015) y Mac Gregor (2016), por mencionar sólo algunos, representan la vasta genealogía existente de proyectos y programas que se han coordinado y divulgado sobre la relación tripartita entre el espacio, la cultura y la comunicación.

Por su parte, en los últimos años (a través de diversos proyectos sobre colectivos sociales, tercera edad, microempresas, familias, música y gestión cultural, entre otros¹⁵) la Ingeniería en Comunicación Social ha sintetizado diversos aspectos respecto al espacio público. Esta configuración del espacio tiene un efecto colectivizador, *comunitario*, es decir, que su naturaleza contribuye a la Construcción de Cultura de Participación; por lo tanto, este espacio no pertenece al campo de la construcción de individuos únicamente, no tiene una vocación individualista; aun cuando una persona no pretenda tener relación con otra, está expuesta a múltiples interpretaciones de su conducta, hay en los otros una capacidad de recepción, de percepción, de análisis, sobre la que no se tiene dominio porque es ajena a la propia intención de transmitir mensajes.

El espacio público tiene un poder acumulativo; por un lado, toda persona que habita o transita con frecuencia por lugares, va acumulando sentido, representaciones, valores que en algún determinado momento le significarán o referirán algo; por otro lado, el espacio público acumula poder de transformación en cada actividad que acoge, puede señalarse el caso de las marchas, las manifestaciones o las expresiones artísticas, que aunque, en principio, pareciera que dichas exposiciones no provocan nada, en realidad van acumulando peso, significado, como una olla de presión que en determinado momento requerirá transferir esa energía. El espacio público expone al sujeto, lo hace formar parte de la vida pública, lo vuelve parte de una fotografía de la realidad, en tiempo y espacio; es desde ahí desde donde se identifica y se describe una sociedad y su historia.

En términos constructivos el espacio público promueve y genera; físicamente el espacio público es de todos pero también de nadie, hay un sentido de pertenencia de algunos y de indiferencia de otros. Tanto su arquitectura como su trazado son

¹⁵ Véase www.gicom.com.mx para mayor referencia.

reflejos de un tiempo y una ideología. Los espacios públicos denotan la personalidad de una sociedad, ya sea en su dimensión concebida, percibida o vivida; cada una de las intervenciones que la sociedad hace en y desde sus espacios son síntomas y consecuencias de su desarrollo y configuración: los grafitis, las pintas, los artistas callejeros, las actividades deportivas, las fiestas (religiosas o paganas), los mítines, las protestas, las marchas, los festivales, los tianguis, los procesos de gentrificación; el espacio público es un escenario, una pizarra donde la sociedad crece, se desarrolla y se transforma.

También constructivamente la cultura se manifiesta, se crea y se recrea; las prácticas culturales son procesos dinámicos en la vida cotidiana, acciones, sucesos en constante cambio, que se resignifican en una coyuntura cartesiana de espacio y tiempo. Son tan institucionalizadas como instituyentes, tanto de las políticas públicas como de la organización civil, por lo que diariamente representan una lucha por el poder. Su manifestación voluntaria en el espacio público alude a procesos de construcción de identidad, pero también de demarcación y presencia, hay un interés de los actores culturales por ser observados, o de asumir el costo de ser observado a cambio de reconocimiento, respeto, equipamiento o libertad; la presencia en y el uso del espacio público puede representar poder. El capital cultural nunca es individual, siempre será producto de la colectividad; las prácticas culturales se comparten y se defienden porque generan sentido de pertenencia, de identidad, son colectivas; al hacerse públicas se mezclan con otras colectividades y se complementan, se oponen o se eliminan; ese es el juego de las prácticas culturales y la articulación de tensiones en los espacios públicos; lo que promueve redes, pero también marca, segrega y etiqueta.

El tiempo es otro factor que hay que considerar; por lo menos en su sentido de historia, edad y condición de uso. La historia entendida como el paso del tiempo, el camino de transformación de determinadas prácticas culturales; la edad de las personas como un factor que determina inicialmente de manera demográfica y biológica el tipo, cantidad, intensidad y frecuencia de determinadas prácticas en el espacio público; y su uso como un sistema de segmentación, porque aun cuando esta concepción del tiempo se encuentra a debate, todavía es útil, para poder trabajar en campo, demarcar entre tiempo para el trabajo y tiempo libre para ocio y

recreación, la reivindicación de este fenómeno complejo pugna por no simplificarlo definiéndolo sólo como tiempo libre¹⁶.

El espacio y el tiempo transforman las prácticas culturales, mantienen ciclos, helicoides; estas prácticas van y vienen, algunas nunca desaparecen, otras no vuelven o no de manera idéntica, esos son los Sistemas de Información que reconoce la Ingeniería en Comunicación Social: todas las prácticas cotidianas hablan de una historia de luchas, de resistencias, de victorias y consensos, de oprimir, de acordar y de ceder; una vez más, se trata del proceso de tensión entre la articulación y el conflicto; asuntos de interés para este programa metodológico.

Reflexiones finales sobre Comunicación, Cultura y Espacio Público

La Comunicología ha detectado para su definición, análisis y comprensión, una relación conceptual entre la comunicación, la cultura y el espacio; la Ingeniería en Comunicación Social ha encontrado, además, que son fenómenos sociales donde aparecen tensiones en la vida cotidiana que pueden tender hacia la articulación o el conflicto en la producción y reproducción de determinadas prácticas culturales sobre delimitados espacios públicos.

Desde esta perspectiva, el estudio de las prácticas culturales en el espacio público implica un análisis de su historia, el cuestionamiento de los Sistemas de Información que han generado ciertas prácticas e indagación de los factores que han promovido la sobrevivencia de algunas de ellas y la transformación o extinción de otras. La ics examina también la transformación del espacio público y la relación que hay entre los ciclos de uno y otro, es decir, prácticas y espacios. Busca precisar, en el presente de una sociedad, aquellos elementos que intervienen para permitir la articulación, de individuos en grupos y en redes, en su contexto, tanto en ámbitos virtuales como físicos, para recrear sus prácticas culturales; por tanto, requiere tener claro cuáles Sistemas de Comunicación se encuentran vigentes.

Un análisis de la comunicación, la cultura y el espacio público no debe limitarse a dar explicaciones y apologías del estado actual o del estado recurrente; desde la

¹⁶ Para un ejemplo de la discusión del concepto desde América Latina véase Rodrigo Elizalde y Christianne Gomes (2010), "Ocio y recreación en América Latina: conceptos, abordajes y posibilidades de resignificación" en: *Polis*. Núm. 26. Disponible: <http://polis.revues.org/64>.

ICS prevalece el compromiso de intervención; pero no en el formato de un activismo, un ingeniero social resuelve problemas, empero su premisa es la búsqueda de soluciones, la diferencia radica en el proceso, hay quienes se concentran en el destino, pero quien busca soluciones se centra en el camino. Al buscar soluciones se imaginan alternativas, se suponen acciones y reacciones, se registran cambios, contingencias, aciertos y errores, cada cuestionamiento es una posibilidad, no sólo para la situación que se tiene enfrente sino para otras posibles, de allí la importancia de tener registros completos. En ocasiones, las soluciones se obtienen por deducción, como resultado del análisis de eventos anteriores, así como de un marco teórico quisquillosamente actualizado. El Ingeniero en Comunicación Social no es vocacionalmente un activista, en tanto que un investigador, es primordialmente un sintetizador de problemas y soluciones.

En su camino la ICS encuentra que hay aspectos que se repiten cíclicamente, helicoides, aunque algunos elementos cambian, otros se mantienen, hay patrones, como prescripciones, programas narrativos que visibilizan trayectorias y tendencias. Por ejemplo, en el caso de la cultura, hay prácticas culturales que se desarrollan, que responden a ciertas necesidades, que son atendidas con determinados satisfactores, que responden a delimitados motivadores o impulsos, que persiguen una finalidad o intención específica y que, por último, conllevan a acotadas consecuencias. En ese sentido, la práctica cultural puede cambiar en el tiempo o en el espacio, pero la necesidad y el resto de los elementos mantenerse; o bien, pueden cambiar las necesidades o la finalidad o los motivos; uno, pocos o la mayoría cambia; habrá variables que se alteran sin modificar el patrón general, esas transformaciones se observan en el detalle, pero en perspectiva vemos que mantienen los patrones; el valor del ingeniero radica en su ojo experimentado, formateado y formado para distinguir qué cambia y qué se mantiene, por qué y cómo pasó. Las transformaciones de cada programa narrativo dependen de la intensidad y energía que invierte una sociedad en el blindaje alrededor de ellos; cuando parece que algo ha cambiado completamente la tarea es observar y registrar para explicar y actuar, siempre existe la posibilidad de encontrar una genealogía que no se tenía contemplada.

La ICS no sólo busca explicar lo que ha pasado, su objetivo es imaginar lo que podría pasar si intencionalmente se alteran las variables, para desarrollar estrategias que

promuevan otros mundos posibles. Así, a través de la correlación de información es factible hacer proyecciones y, por lo tanto, será posible generar modelos operables, de usos del espacio público para la gestión de la cultura, la sociedad civil o las políticas públicas, de forma individual o colectiva. Un Ingeniero en Comunicación Social deberá sintetizar procesos y resultados que funcionen como una guía de acción; una compilación de situaciones que se presentan en el tiempo y en el espacio en reiteradas ocasiones y que pueden intervenir después de un diagnóstico inicial con estrategias basadas en la experiencia de otros, un vademécum comunicológico.

El interés de la ICS radica primero en analizar el plano conceptual de la comunicación, la cultura y el espacio; posteriormente, a nivel práctico, al estudio de las tensiones de la articulación o el conflicto que generan las prácticas culturales en el espacio público; entendidos así, se comprende la relación indisociable entre ambos para su comprensión e intervención. Algunas de las principales guías de acción, en esta materia, son motivadas por preguntas como: ¿cuáles prácticas culturales se realizan en el espacio público?, ¿quiénes las realizan y con qué finalidad?, ¿cuál ha sido el desarrollo histórico de esas prácticas y qué consecuencias han generado en el tejido social?, ¿qué factores articulan y cuáles separan a las personas para vivir determinadas prácticas?, ¿cómo se pueden transformar todas esas experiencias en programas de acción estratégica?, y ¿cómo se pueden sintetizar esas estrategias en modelos y acciones concretas?; dentro del proyecto general esto es lo que se ha identificado como Ingeniería en Comunicación Social de la Gestión Cultural.

Bibliografía

- Abelino, H. (20017) *Las leyes de la comunicología*. Ecuador: Universidad de Los Hemisferios / Editorial Razón y Palabra. http://editorialrazonypalabra.org/pdf/ryp/leyes_comunicologia_hever_abelino.pdf.
- Albino Sandra y Andrés Barsky. (1997) “El tercer espacio. Ampliando el horizonte de la imaginación geográfica (Edward Soja)”. *Revista Geographikós*. Núm. 8. Segundo semestre, pp. 71-76.

- Almanza, V. (2005) “Los Estudios sobre el Consumo Cultural: Algunas Observaciones Metodológicas”. *Razón y Palabra*. Núm. 47, Octubre–Noviembre. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n47/valmanza.html>. Consultado el 5 de junio de 2017.
- Beck, U. (2002) *La sociedad del riesgo: hacia una nueva modernidad*. Madrid: Ediciones Paidós Ibérica.
- Beltrán, L. (2014) *Comunicología de la liberación, desarrollismo y políticas públicas*. España: Luces de Gálibo.
- Bolos, S. (coord.) (2008) *Mujeres y Espacio Público: construcción y ejercicio de la ciudadanía*. México: UIA.
- Borja, J. (1998) “Ciudadanía y espacio público”. *Urbanitats*. núm. 7: Ciutat real, ciutat ideal. Significat i funció a l'espai urbà modern, CCCB, Barcelona. Disponible en: <http://urban.cccb.org/urbanLibrary/htmlDbDocs/A011-B.html>
- . (2003). *La ciudad conquistada*. Madrid: Alianza Editorial.
- Bourdieu, P. (1988) *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Carpio, J. (2002) “Desarrollo local en los espacios rurales”. *Polis*. Núm. 2. Disponible en <http://polis.revues.org/7803>
- Cortés, E., et al. (coords.) (2011) *La configuración de nuevos espacios en la cultura: deporte comunicación y educación para la paz*. México: Miguel Ángel Porrúa/Universidad Autónoma del Estado de México.
- Del Buey, E. (2016) *Comunicología Audaz*. Valencia, Tirant lo Blanch México, Tirant Humanidades Comunica.
- Ferrer, E. (1982) *Comunicación y comunicología*. México: Eufesa.
- Galindo, J. (1994) *Cultura mexicana en los ochenta. Apuntes de metodología y análisis*. México: Universidad de Colima.
- Galindo, J. (coord.) (2011a) *Comunicología posible. Hacia una ciencia de la comunicación*. México: UIC.
- . (autor). (2011b) *Ingeniería en Comunicación Social y Promoción Cultural. Sobre Cultura, Cibercultura y Redes Sociales*. Argentina/México: Homo Sapiens / BUAP.
- . (2012) “Comunicología e ingeniería en Comunicación social del conflicto y la articulación. Apuntes para un programa de trabajo” en *Comunicono-*

- mía de la Comunicación Estratégica. Intersticios Sociales*. Marzo-agosto, núm. 3. El Colegio de Jalisco, México.
- Galindo, J. (2014) *Ingeniería en Comunicación Social. Hacia un programa general*. México: BUAP.
- García Canclini, N. (1999) *La globalización imaginada*. México: Editorial Paidós.
- García, E. (2012) “El lugar de la construcción de cultura de participación en la ingeniería social. Apuntes para reflexionar la práctica”. *Alter, enfoques críticos*. Año III, Núm. 5. Enero–Junio.
- . (2015) “Estudiar y construir la Cultura de Participación desde la interdisciplinariedad y la Ingeniería Social en el marco del quehacer científico en México”. *Razón y Palabra*. Núm. 90. Junio–Agosto. México. Disponible en http://www.razonypalabra.org.mx/N/N90/Monotematico/05_Garcia_M90.pdf
- . (2016) “Ingeniería en Comunicación Social, Cultura de Participación y estéticas del Rock. Lo que la Música le hace a la construcción colectiva”. En: H. Gómez, *Estéticas del Rock*. Vol. I. México: UIA León, UCEM, UIA Puebla, Instituto de Cultura de León.
- Garzón, E. (2005) “Lo íntimo, lo privado y lo público”. En: *Cuadernos de Transparencia*. No. 6. México: IFAI.
- Geertz, C. (1992) *La interpretación de las culturas*. México, Gedisa.
- Giglia, A. (2012) *El habitar y la cultura: perspectivas teóricas y de investigación*. Barcelona: Anthropolos.
- Giménez, G. (1996) “Territorio y cultura”. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*. Época II. Vol. II. Núm. 4, diciembre. Universidad de Colima, Colima, México.
- . (2005), “La concepción simbólica de la cultura”. En: *Teoría y análisis de la cultura*, pp. 67–87. México: CONACULTA, (Colección Intersecciones).
- Gómez, H. (2001) *Cartografías urbanas y el equipamiento cultural en León*. México: CONACULTA/UIA León/IMPLAN León.
- González, Jorge A. (1987) “Los frentes culturales. Culturas, mapas, poderes y lucha por las definiciones legítimas de los sentidos sociales de la vida”. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. I, núm. 3, 1987, pp. 5–44. Universidad de Colima, Colima, México. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31610302>

- González, Jorge A. (1994) *Más (+) cultura(s). Ensayos sobre realidades plurales*. México: CONACULTA.
- González, J. (1995) “Coordenadas del imaginario: Protocolo para el uso de las cartografías culturales”. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Época II, vol. I, núm. 2, diciembre, pp. 135–161. Universidad de Colima, Colima, México.
- . (2001) “Frentes culturales: para una comprensión dialógica de las culturas contemporáneas”. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, vol. VII, núm. 14, diciembre, pp. 9–45. Universidad de Colima, Colima, México. Disponible en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31601402>
- . coordinador. J. A. Amozurrutia y Margarita Maass (2007). *Cibercultur@ e iniciación en la investigación*. México: CONACULTA, UNAM–CEIICH, Instituto Mexiquense de Cultura (Colección Intersecciones).
- Gumucio, A. (2001) “Haciendo Olas: Historias de Comunicación Participativa para el Cambio Social”. New York: The Rockefeller Foundation.
- Hall, S. (1994) “Estudios culturales: dos paradigmas”. *Revista Causas y Azares*, núm. 1. Buenos Aires.
- Harvey, D. (1977) *Urbanismo y desigualdad social*. España: Siglo XXI Editores.
- Hoggart, R. (1958) *The Uses of Literacy*. Great Britain: Penguin Books Ltd.
- Langer, S. (1953) *Feeling and form*. New York: Scribner And Sons.
- Lefebvre, H. (1974). “La production de l'espace”, en: *L' Homme et la société. Sociologie de la connaissance marxisme et anthropologie*. Números 31–32, páginas 15–32. Disponible en http://www.persee.fr/doc/homso_0018-4306_1974_num_31_1_1855
- . (2013) *La producción del espacio*. Madrid: Capitán Swing Libros.
- Lins, G. (2002) “El espacio–público–virtual”. Serie Antropología. Brasil: Departamento de Antropologia Instituto de Ciências Sociais Universidade de Brasília. Disponible en <http://www.dan.unb.br/images/doc/Serie318empdf.pdf>.
- Mac Gregor, J. A. (coord.) (2016) *Proyectos culturales: sus configuraciones y desafíos para el cambio social*. México: Secretaría de Cultura. (Colección Intersecciones).
- Mariscal, J. L. (coord.) (2015) *Gestionar en clave de interculturalidad*. México: CONACULTA, Secretaría de Cultura de Coahuila, e Instituto de Cultura del Estado de Durango. (Colección Intersecciones).

- Massoni, S. (2013) *Metodologías de la comunicación estratégica: del inventario al encuentro sociocultural*. México/Rosario: BUAP/Homo Sapiens Ediciones.
- Merleau-Ponty, M. (1993) *Fenomenología de la percepción*. Madrid: Planeta.
- Morales, R. y A. García. (1995) “La revolución también es una calle. De frentes, fronteras y cruces culturales”. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, Época II, vol. I, núm. 2, diciembre, pp. 9–31. Universidad de Colima, Colima, México.
- Nivón, E. (1989) “El surgimiento de identidades barriales. El caso de Tepito”. *Revista Alteridades: UAM Iztapalapa*, pp. 31–44.
- Nosnik, A. (2002). “De fuentes egoístas a comunidades de inteligencia comunicativa: Exploraciones sobre el universo conceptual de la comunicación humana”. Conferencia Magistral al inaugurar el posgrado en Comunicación en la Universidad del Valle de Atemajac, México. Publicada en *Razón y Palabra*, Núm. 25. Febrero–Marzo. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n25/anosnik.html>. Consultado el 28 de mayo de 2017.
- . (2014). *Teoría de la Comunicación Productiva. Exploraciones más allá de la retroalimentación*. México/Argentina: BUAP/Homo Sapiens.
- Ortiz, R. (1998) “Ciencias Sociales, globalización y paradigmas”. En: Renato Ortiz, (1998), *Otro Territorio. Ensayos sobre el mundo contemporáneo*. Colombia: Convenio Andrés Bello, pp. 157–158.
- Perec, G. (2001, 2da. ed.) *Especies de espacios*, Montesinos, Barcelona.
- Pérez, A. (2001) *Estrategias de Comunicación*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- Piaget, J. (2008). *La representación del mundo en el niño*. Madrid: Morata.
- Pinassi, A. (2015) “Espacio vivido: Análisis del concepto y vínculo con la geografía del turismo”. *GeoGraphos*, junio, vol. 6, núm. 78, pp. 135–150. España: Grupo Interdisciplinario de Estudios Críticos y de América Latina (GIECRYAL) de la Universidad de Alicante. Disponible en <https://web.ua.es/es/revista-geographos-giecryal/documentos/andres-pinassi.pdf?noCache=1433266378908>
- Ramírez, P. (coord.) (2013) *Las disputas por la ciudad. Espacio social y espacio público en contextos urbanos de Latinoamérica y Europa*. México: UNAM/MA Porrúa/UAQ/ Universidad Bauhaus.
- Real Academia Española, RAE. *Diccionario*. [En línea]. Disponible en <http://dle.rae.es/?w=diccionario>.

- Rodríguez Villasante, T. (2006) *Desbordes creativos. Estilos y estrategias para la transformación social*. Madrid: La Catarata.
- Segovia, O. y G. Dascal (eds.) (2000). *Espacio público, participación y ciudadanía*. Santiago de Chile: Ediciones Sur.
- Segovia, O. y R. Jordán, (2005) *Espacios públicos urbanos, pobreza y construcción social*. Chile: CEPAL. Disponible en http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/5660/S0501090_es.pdf;jsessionid=5AECAEB6A01FA00ABC8F909D65E84A3E?sequence=1
- Sierra, F. (2011) “Teoría Crítica y Comunicología. El legado de la escuela de Frankfurt”. En *Constelaciones: Revista de Teoría Crítica*, núm. 3, Sevilla.
- Signorelli, A. (1999) *Antropología urbana*. España: Anthropos/Universidad Autónoma Metropolitana.
- Silva, Armando. (1999) “Lo público frente a lo global. Arte urbano y nuevas tecnologías”. En: Jesús Martín Barbero, Fabio López de la Roche y Jaime Eduardo Jaramillo, *Cultura y globalización*. (eds). Colombia: ces/Universidad Nacional de Colombia, pp. 205–223.
- Szurmuk, M. y R. McKee, (coords.) (2009) *Diccionario de Estudios Culturales Latinoamericanos*. México: Siglo XXI Editores.
- Thompson, E. (1963) *The making of the English Working Class*. New York: Vintage Books· A Division of Random House.
- Ullán, F. (2003) “Comunicología, sociedad de la información y cultura: articulaciones múltiples. ¿Necesidad del enfoque culturalista en los estudios de comunicología o del enfoque comunicológico en los estudios de antropología y sociología?” En: *Revista Intexto*, vol. 2, núm. 9, pp. 1–30, julio–diciembre. Porto Alegre, Brasil.
- Viviescas, F. (1997) “Espacio Público: Imaginación y planeación urbana”. En: *La calle, lo ajeno, lo público y lo imaginado. Serie Ciudad y Hábitat*, Núm. 4, Bogotá: Documentos Barrio Taller.
- Williams, R. (2001) *Cultura y Sociedad 1780–1950. De Coleridge a Orwell*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión. [1958, versión en inglés]
- Ziccardi, A. (coord.) (2003) *Planeación participativa en el espacio local: cinco programas parciales de desarrollo urbano en el Distrito Federal*. México: PUEC, Universidad Nacional Autónoma de México.

El concepto de identidad ha sido importante desde distintas aproximaciones para examinar los fenómenos sociales, se analiza en las investigaciones de género y en los estudios sobre nacionalismos, minorías específicas y movimientos sociales. Su abordaje se ha transformado de la mano de los procesos de globalización, de composición social y de emergencia de grupos de interés coyuntural: “cuya solidaridad puede ser únicamente situacional y estratégica, con formas de identificación en las que lo común está frecuentemente negociado a través de la contingencia de intereses sociales y de reclamos políticos” (Palacios, 2006, p. 212). En este contexto de cohesiones *ad casum*, la función de identificación/distinción de la identidad se vuelve prioritaria como mecanismo de ejercicio político; mientras que las mediaciones de sentido posibilitadas por las tecnologías telemáticas, son una variable relevante para el estudio de los discursos y prácticas que configuran al yo, al nosotros y a los otros.

En este artículo bordamos sobre la identidad como objeto de estudio, reflexionando en torno a los procesos que la constituyen y su relación con la generación social de sentido.

1. El concepto de identidad

Para José Manuel Valenzuela (2000) la identidad es la construcción de umbrales semantizados de adscripción. Esta definición, aunque breve, describe elementos centrales para comprender qué es y cómo se constituye la identidad:

- i) *Umbral*, alude al movimiento, pues se trata de un proceso en constante construcción.

¹ Es Licenciada en Comunicación con especialidad en Educación y Procesos cognitivos, Maestra en Sociedad de la Información y Doctora en Sociedad de la Información y el Conocimiento. Profesora-investigadora del Departamento de Estudios socioculturales del ITESO. Especialista en Comunicación estratégica a través de las tecnologías de la información. Es autora de: “Relatos sobre el origen de los mundos virtuales: hipótesis y linajes”, y dictó la conferencia: “Cuerpo e identidad en mundos virtuales” en el XIII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, 2016.

ii) *Semantizado*, es decir, constitutivo de sentido.

iii) *Adscripción*, poniendo de relieve la función de pertenencia/diferencia con sujetos y prácticas.

A estas características conviene agregar que la identidad es:

a) *Inter e intra subjetiva*, pues “se constituye a través de un proceso constante, y se ubica, tanto en lo individual como en lo colectivo, en función de un referente externo que es la otredad” (Palacios, 2006, p. 222). La relación con los otros —ceranos o lejanos— no sólo juega el papel de referente respecto al yo, sino que funciona como mecanismo legitimador, pues la configuración identitaria es “parcialmente interna y subjetiva, y parcialmente externa y dependiente del reconocimiento de los demás” (Woodward, 2004).

La identidad nos da una forma de “vincular el dominio fenomenológico de vida, la experiencia de momento a momento y el dominio semiótico de sistemas culturales y sociales perdurables de creencias, valores y prácticas de construcción de significado” (Lemke, 2008, p. 21). Marca la tensión inherente entre la conciencia individual (yo) y social (persona).

b) *Selectiva*, en tanto que, como lo señala Manuel Castells, construye sentido atendiendo uno o varios atributos culturales, a los que se da prioridad sobre el resto de las fuentes de sentido (2000, p. 28). Es decir, de la múltiple exposición posible a formas simbólicas, grupos y procesos culturales, optamos por adscribirnos a unas en detrimento de otras, ocupando —como se explicará más adelante— posiciones discursivas.

La cualidad de selección es un atributo de la configuración identitaria ampliamente estudiado por la tradición sociológica, en tanto que, como lo señala Gilberto Giménez, ha postulado que la identidad se define en buena medida por la pluralidad de pertenencias sociales (2000, p. 51), sobre las cuales el sujeto opta dentro de marcos y relaciones de poder. Las elecciones se manifiestan en posturas o puntos de vista con que estructuramos nuestros discursos; se trata de formas de apego temporal en las que nos articulamos con flujos discursivos más amplios. Así pues, la identidad se configura mediante procesos selectivos inter e intra subjetivos de sentido en las que los sujetos eligen y resignifican atributos culturales a los que se adscriben —en algunos casos de forma relativamente estable y en otros, volátil—.

Más que referir a lo que el sujeto es, la identidad: “apela a las formas en que hemos sido representados y la influencia de las mismas en cómo nos podremos representar” (Hall, 2006, p. 230). Nos parece clave el acento que expone Stuart Hall en que la representación no sólo es producto sino proceso que alimenta un continuo: “el cómo nos podremos representar” que no está exento a prácticas disruptivas. Hall señala tres procesos sociales vinculados a los debates contemporáneos sobre la identidad: la globalización, la migración —forzada o libre—, y la narrativización del yo². Abordaremos el primero y el tercero a partir de los impactos de la exposición a diversidad de atributos culturales y el enriquecimiento de recursos para construir y distribuir relatos.

1.1 Globalización y tecnologías telemáticas

El uso de las llamadas tecnologías telemáticas, esto es, de telecomunicaciones e informática, se asocia a transformaciones en las maneras de interacción cultural, económica y política entre sociedades cuyos mercados han incrementado su interdependencia mostrando tramas globalizadoras. A la par de los tratados internacionales y las alianzas entre Estados Nación que se gestionan desde el anclaje territorial y sociopolítico, las personas nos relacionamos más allá de las fronteras de nuestros “círculos cercanos”³, ya sea que éstos se definan por la geografía, las relaciones familiares, laborales, etcétera. Hay un tránsito significativo entre el “conocer del otro o de lo otro” posibilitado por la prensa, radiodifusión, cinematografía y televisión, a vincularme con el otro; es decir, ser no sólo destinatario sino sujeto activo —y en ocasiones objeto— de los relatos. No estamos presentando una apología del Internet, sino expresando que éste permite —más no asegura— intercambios discursivos, vínculos y formas de agencia a la distancia: “lo que hace la fuerza de las imágenes televisivas y los flujos informáticos no es el poder de las tecnologías, sino su capacidad de catalizar, amplificar y profundizar tendencias estructurales de nuestra sociedad” (Martín-Barbero, 1997, p. 92).

² Que pese a su naturaleza necesariamente ficticia no menosprecia de ninguna manera su efectividad discursiva, material o política (Hall, 2006, p. 231).

³ No es una afirmación totalizante que ignore las diferencias de acceso, pero que sí reconoce el incremento exponencial del número de personas con prácticas diferenciadas de acceso a Internet —desde pasivas hasta protagónicas— que no son estáticas.

Si el pensamiento moderno sobre la identidad se distingue por el reconocimiento de la diferenciación, la racionalización y la mercantilización de las distintas dimensiones de pertenencia, para el pensador postmoderno —dice José Alberto Sánchez— “la identidad se disgrega en otras identidades que el individuo puede cambiar constantemente debido a la oferta de disfraces que existen en la cultura” (2005, pp. 36–38). La metáfora actoral se ha extendido asociada a la posibilidad de representación del yo digital “el conjunto de papeles que un actor puede tener en línea es mucho más diverso que en la interacción tradicional [refiriéndose a la cara a cara]. En la interacción tradicional, los deslizamientos en la apariencia opacan desviaciones más sutiles en el discurso y las actitudes” (Berman & Bruckman, 2001).

Lejos de una visión simplista que equipare la multiplicidad de marcos de relación posibilitados por los procesos de globalización y la tele presencia, a una fragmentación conflictiva de la identidad⁴, consideramos que la posibilidad de multi relación sociocultural puede producir adscripciones menos “rígidas” que se asocian a diversidad de procesos de identificación. No se trata de negar los núcleos culturales y grupos de referencia, sino de reconocer los pesos diferenciados de las adscripciones y la capacidad discursiva para transitar entre las mismas:

Frente a la memoria larga, pero también frente a la rigidez de las identidades tradicionales, los sujetos de la nueva generación parecen dotados de una plasticidad neuronal que se traduce en elasticidad cultural, una camaleónica capacidad de adaptación a los más diversos contextos, y una complicitad expresiva con el universo audiovisual e informático: en sus imagerías y sonoridades, en sus fragmentaciones y velocidades, ellos encuentran su ritmo e idioma (Martín-Barbero, 1997, pp. 93–94).

En la elasticidad cultural señalada por Jesús Martín-Barbero, se desarrollan procesos nómadas de identificación “esfuerzos ilusorios de alineaciones, lealtad, cohabitaciones ambiguas y transcorpóreas que perturban al yo. Son sedimentos del “nosotros” en la constitución de cualquier yo” (Butler, 1993, p. 106). El atributo ilusorio no opera como descalificativo, sino como estado de la relación del yo con él y lo otro, que no siempre aspira a la intersubjetividad, pero que sí suele compartir

⁴ Algunas posturas extremistas podrían asociar erróneamente esta fragmentación al trastorno de identidad disociativa también conocido como síndrome de identidad múltiple.

o trastocar emociones. Para Sigmund Freud (1921), la identificación es la expresión más temprana de un vínculo emocional con otra persona. La emocionalidad es un eje clave para decidir con qué y con quién(es) queremos construir el nosotros y de qué y quiénes tomamos distancia⁵.

La identificación es selectiva, gira en torno a atributos “opera entre las diferencias, incluye el trabajo discursivo, la unión y definición de las fronteras simbólicas y la producción de efectos de frontera. Para consolidar el proceso requiere de lo que se deja fuera, su exterior constitutivo”⁶ (Hall, 2006, p. 228). Aunque eso que deja fuera, no sea lo mismo para todas y todos los que sí reconocen lo que queda dentro.

1.2 Identidad y discurso

La visión sobre la identidad como una construcción multidimensional, otorga centralidad a la comunicación como recurso de interrelación entre diversas matrices constitutivas de la identidad; en el cruce de dimensiones se da lo que Sánchez denomina el núcleo de comunicación e intercambio, entendido como “el espacio central donde los códigos de la identidad matriz entablan una comunicación dialógica con aquellos otros códigos que van surgiendo” (Sánchez, 2005, p. 41). La afirmación de Sánchez dibuja una forma de relación que pareciera fluir al margen de tensiones, mediante procesos articuladores; sin embargo, los núcleos culturales con los que se relaciona el sujeto no son necesariamente homogéneos ni contribuyen a posicionamientos discursivos del yo válidos para el propio sujeto en toda coordenada social.

La identidad se configura y expresa a través de prácticas discursivas, es un acto representacional, una experiencia interpersonal y un *performance* organizado con formas de distribución relativamente controladas (Iedema & Caldas-Coulthard, 2008, p. 6). Coincidimos con la idea de que para entender la identidad no necesitamos una teoría del sujeto consciente, sino más bien una teoría de la práctica discursiva (Foucault, 1970; Hall, 2006).

⁵ La socioantropología de las emociones (pasiones, pulsiones y miedos) se ha convertido en un eje de producción académica sumamente interesante que reconoce la emocionalidad como configurador social.

⁶ Judith Butler utiliza la misma argumentación para explicar que cualquier término se construye a través de la relación con lo que no es y no está, de su exterior constitutivo (Butler, 1993); esta afirmación podría leerse de forma simplista como identidad=definición, lo que representa un error al colocar una visión estática y esencialista que dista mucho del planteamiento de la autora.

“Las identidades están construidas desde dentro del discurso y no desde fuera, necesitamos entenderlas como un producto de sitios históricos e institucionales definidos, con formaciones y prácticas discursivas específicas y con estrategias enunciativas determinadas. Adicionalmente surgen dentro del juego de modalidades específicas de poder y son más el producto de marcar la diferencia y la exclusión, que un signo de unidad idéntica” (Hall, 2006, pp. 231–232).

Este punto de vista está arraigado en la teoría representativa del lenguaje y del sujeto, pero la representatividad (*performativity*) se ve despojada de sus asociaciones con la voluntad, la elección y la intencionalidad y es releída: “no como el acto a través del cual un sujeto genera lo que él o ella nombra, sino como el poder reiterativo del discurso para producir los fenómenos que regula y limita” (Butler, 1993). La identidad no es sólo resultado de un encadenamiento discursivo sino, como explica Stuart Hall:

“Un punto de reunión o sutura entre, por un lado, los discursos y prácticas que intentan interpelar, hablarnos o llamarnos a un lugar como sujetos sociales de discursos particulares [lo que nos mueve a tomar una posición] y, por el otro, los procesos que producen subjetividades que nos construyen como sujetos que pueden ser “hablados” [la posibilidad de ser nombrados]” (2006, p. 234).

No se trata de un planteamiento de causa/efecto, sino de procesos complejos de articulación a través de los cuales el sujeto asume posiciones discursivas cuya comprensión puede requerir de acercamientos psicoanalíticos a la relación del individuo consigo mismo.

Una posición discursiva tiene anclaje (desde dónde) y vector (hacia dónde), aunque no se trata de una relación basada en la “consistencia” pues es frecuente encontrar discursos del sujeto que contravienen otras de sus prácticas⁷.

Estudiar la identidad implica ir más allá de la caracterización del sujeto —sus atributos y adjetivos—, para reflexionar sobre los procesos de negociación de senti-

⁷ Esta falta de “consistencia” representa una de las críticas más severas a algunas formas de participación en red, donde una persona puede dar “like” o firmar una solicitud para protección de mantos acuíferos, presentar un relato público de respeto al medio ambiente y, paralelamente, desperdiciar y contaminar cotidianamente los recursos naturales a su alcance. Vale la pena mencionar que las inconsistencias entre decir y hacer, entre las posiciones públicas y los actos privados, no son exclusivas de los intercambios a través de Internet.

do a través de los que asume posiciones, así como sobre las prácticas discursivas con que las expresa y se constituye en sujeto que puede ser nombrado.

El análisis del ejercicio discursivo implica el reconocimiento del contexto en su construcción histórico cultural y su interpretación subjetiva; la identificación del sistema de posiciones diferenciales de poder en el que se ubican los enunciadores; sus referentes e interlocutores, y un sistema de representaciones susceptibles de “lectura”, es decir, modalizados por la interpretación de los mismos (Reguillo, 1999).

1.2.1 El yo y el discurso auto-céntrico

En su teoría de la personalidad, Carl Jung (1999) define al yo como el centro de la conciencia que percibe, piensa y recuerda, que está determinado por actitudes y funciones. Al ser constituido por la experiencia y las influencias culturales, muestra cierto grado de afinidad con la noción de identidad (Roesler, 2008). Referirse al yo, es hablar del sujeto en primera persona⁸.

El concepto de *self*, propuesto por George Herbert Mead alude a la capacidad de considerarse a uno mismo como objeto “El individuo se convierte en un objeto para sí mismo, precisamente, porque se descubre adoptando las actitudes de otros que están implicados en su conducta” (1991, p. 178) lo que presupone el proceso social de la comunicación entre los seres humanos (en Rizo, 2004). El abordaje de Mead pone de relieve el valor de la experiencia social en la construcción de la mente humana y la configuración de “paquetes” que agrupan características con las que se asocian roles, y por tanto operan como etiquetas sociales.

La aproximación de Mead, puede ser traída nuevamente a colación para discurrir sobre el discurso auto céntrico, a través del cual ponemos en circulación relatos con los que objetivamos nuestra idea del yo. En los últimos años, el estudio del discurso del yo ha tenido un nuevo auge por manifestaciones como el *blog* autobiográfico o el intercambio de imágenes en redes sociales —particularmente de las denominadas “selfie” o fotografías de sí mismo solo o en compañía de otros—. Esta exposición de mi propia visión del yo —en tanto proceso selectivo de lo que quiero mostrar

⁸ Aunque los términos: sujeto, persona, individuo... provienen de genealogías distintas que no serán objeto de discusión en este texto.

de mí mismo—⁹ es una variable que interviene en nuevas formas de configuración identitaria, marcadas por:

- a) Diversificación en las posibilidades de registro del yo, el nosotros, el otro y los otros.
- b) Facilidad de edición de dichas representaciones.
- c) Diversidad de canales de distribución de las representaciones.
- d) Formatos que permiten la fácil integración de un relato a conjuntos de conversaciones —por ejemplo, el meme.¹⁰

La representación del yo en su cotidianeidad o en sus momentos extraordinarios “los viajes, premiaciones, cierres de ciclo” se relaciona con las matrices culturales a las que alimenta, sedimenta o transforma. La pulsión de ver y ser visto, ha sido concebida como una exacerbación del yo neoliberal, también llamada “narciso digital”. Quizá lo más interesante del fenómeno social del discurso auto-céntrico no radica en el hecho mismo de hacer público lo privado, de la multiplicidad de mensajes (texto, imagen, video, sonidos... del yo), de la alimentación de un “perfil” digital... sino en que dichos textos no son sólo una “salida” sino lo que líneas atrás se expresó como *performativity* y el poder del discurso para producir los fenómenos que regula.

1.2.2 Identidad, discurso y orden social

Hay procesos sociales a través de los que se desarrolla la comprensión de los roles en la sociedad y se prepara al individuo para asumir una identidad —por ejemplo, lo que Mead (1991) describe como juegos de aproximación al otro generalizado—. Se trata de procesos asimétricos de poder en los que ciertos “perfiles” y los sujetos que los encarnan, son percibidos desfavorablemente o —en términos de Goffman (1967)— son estigmatizados. “El estigma refiere a atributos asociados a un estereotipo de identidad desacreditado” (Boostrom 2008, p. 6).

⁹ A través del análisis de las imágenes de sí mismos que publican los usuarios de redes sociales como Facebook e Instagram, es posible identificar patrones que configuran gramáticas discursivas del yo: posiciones, ángulos, fondos, colores, gestos, lugares...

¹⁰ Que es, por cierto, un mecanismo eficaz de exclusión e inclusión que permite parodiar conductas y establecer asociaciones.

Para Michel Foucault, los sujetos se constituyen históricamente, a través de prácticas de poder y discursos de verdad que orientan y constituyen sus deseos e identidad; así pues:

“El sujeto no es una sustancia dada sino resultado de un proceso que es atravesado por poderes, experimenta conflictos y tensiones en la dialéctica del límite y la posibilidad. El dispositivo de poder, como lo nombra Foucault, no es sólo el conjunto de elementos históricos externos que configuran los discursos de verdad, sino la interiorización de los mismos. La paradoja es que la estabilidad de ese orden social no se sustenta en la amenaza de coacción sino en su naturalización y apropiación” (Collignon, 2013).

Los recursos discursivos de inclusión y exclusión muestran formas naturalizadas —que no naturales— de poder, configurando mecanismos de ordenamiento social —la manera misma de nombrar la identidad, es una objetivación del poder para priorizar una forma de sentido respecto de otras—.

Los discursos de verdad no son únicos ni válidos para toda sociedad en todo momento, tienen anclajes históricos y son objeto de transformaciones —en ocasiones lamentablemente lentas—; su relación con el anclaje y el vector de las posiciones discursivas es fundamental para entender la configuración del yo, pero también del nosotros, de la imaginaria de una alineación compartida, frecuentemente referida con el término “identidad colectiva”.

2. Identidad dentro y fuera de las pantallas (*on/off line*)

Si la identidad se configura y expresa a través de prácticas discursivas con las que percibimos, nombramos, interactuamos... con el nosotros, los otros, lo propio y lo otro, y dichas prácticas pueden darse, tanto en formatos de socialización análoga, como telemáticamente mediada, no hay razón para escindir ni relegar las prácticas de comunicación *on line* en el análisis de la identidad, pues se trata de experiencias con distinto grado de tangibilidad, pero cuyo peso constitutivo puede ser central en la configuración de algunas identidades —como la de los *hackers*, *geeks* o *gamers*—.

Sánchez (2005, pp. 49–50) considera que en la virtualidad, el usuario vive como sujeto de frontera, en una hipóstasis¹¹ similar a la del extranjero que se encuentra lejos y cerca al mismo tiempo desdibujando la distancia geográfica y cultural. Consideramos que dicho planteamiento es confuso en tanto que la distancia es un constitutivo de la frontera, un elemento relacional del dentro y el afuera. Para reflexionar sobre la experiencia de adscripción dentro y fuera de línea, nos parece más potente la metáfora de Edward Castronova (2005) sobre la membrana porosa con la que configuramos nuestro ser social relacionando elementos de las diversas prácticas y entornos de los que formamos parte: “Las identidades se negocian, se reproducen, e indexan en una variedad de formas en las interacciones en línea, y éstas a menudo no se pueden entender sin tener en cuenta los contextos fuera de línea” (Wilson & Peterson, 2002, p. 457).

La investigación sobre identidad e interacción telemática ha adquirido diversos matices, destaca entre otros ejes de investigación:

- La forma en que interacciones en línea se ven influidas por las relaciones de poder fuera de línea y viceversa, con grupos y situaciones vulnerables tales como los discursos raciales (Burkhalter, 1999; Kolko, Nakamura, & Rodman, 2000) o el género (Brook & Boal, 1995; Wheeler, 2001).
- La construcción de un perfil en línea —representación identitaria del yo o del nosotros— y su credibilidad en el área de negocios, ciencia y tecnología (Markham, 1998; O’Brien, 1999).
- La continuidad en el uso de patrones existentes de las prácticas análogas en las interacciones en línea (Bortoluzzi & Trevisan, 2009) que sostienen que la vivencia digital no es una reinención del yo.

En un plano más profundo, donde virtual es sinónimo de potencial, coincidimos en que nuestras vidas “reales” han sido “virtuales” desde un principio. Este ser es virtual porque nuestra naturaleza “humana” nos permite experimentar la vida a través del prisma de la cultura (Boellstorff, 2008, p. 5). Aunque no se utilice la acepción de virtual/potencial, resulta conveniente partir de que cualquier forma de interacción social es simbólica y cultural, independientemente de las condiciones de los intercambios.

¹¹ El *Diccionario de la Real Academia Española* define *hipóstasis* como: “...supuesto o persona, especialmente [dícese] de la Santísima Trinidad” (RAE, 2009).

Un eje clave de la interacción digital y su relación con la identidad es la flexibilidad performativa para mostrar al yo de formas diversas y cambiantes; se trata del poder representacional del yo digital cuyos unos y ceros moldean imágenes con apariencia distinta (generalmente estilizaciones normativas), ajustan voces a entonaciones diferenciadas, permiten nombrarnos y ser vistos/encontrados de diversas maneras. El individuo se convierte en un objeto para sí mismo, precisamente, porque se descubre adoptando las actitudes de otros que están implicados en su conducta; estas formas de representación se realizan dentro de condiciones estructurales rituales y de sistema:

Las condiciones del sistema (también llamadas restricciones, porque imponen límites sobre lo que puede decirse o hacerse), se centran en los requisitos mecánicos de la conversación, por ejemplo, una capacidad bidireccional para transmitir mensajes acústicamente adecuados y fácilmente interpretables, capacidad de retroalimentación, señales de contacto, señales de rotación, etc. Las restricciones rituales, por otra parte, se centran en los requisitos interpersonales de la conversación: el manejo de los otros y de sí mismo, a modo de no violar los estándares adecuados de comportamiento o de referencia hacia el otro. (Goffman, 1981, pp. 14–15).

Al referirse al ritual, Goffman (1967) señala formas culturales encarnadas que ordenan nuestros actos desde los más cotidianos como el saludo, hasta los extraordinarios, mostrando determinada “cara social” (Rizo, 2004). Como toda práctica social, los rituales son susceptibles de trasladarse de un entorno a otro, adaptándose a las condiciones socioculturales del entorno en que se adoptan/adaptan.

La separación entre lo *on* y *off line*, es una división que tiene sentido únicamente en la medida que sea relevante para el propio sujeto en la comprensión de su vivencia y configuración del yo.

2.1 Identidad y representación

Para comprender la relevancia de las representaciones corporales en la configuración de identidades, interesa recuperar la premisa de que el cuerpo es una condición de posibilidad para la vivencia, y que la conciencia del mismo configura la subjetividad y, por ende, al sujeto.

El cuerpo es a la vez referente, categoría analítica y condición de posibilidad de los procesos de comunicación: “El cuerpo fue el primer medio de comunicación, o su condición necesaria, y sigue siendo el estándar para los registros perceptuales y los formatos expresivos que las tecnologías de comunicación pueden introducir” (Jensen, 2001, p. 82).

La concreción del ser y del hacer con el cuerpo, pasa por la construcción, siempre móvil, relacional e histórica de la identidad:

“Esa identidad (categoría de adscripción) es el reconocimiento del ‘soy’ y del ‘es’, de tal forma que las categorías identitarias (que no agotan la identidad pero la expresan a través del lenguaje) permiten reconocer al ser y sus atributos, en un proceso complejo de auto y hetero reconocimiento. El sujeto es, en tanto puede ser ‘reconocido’ como ‘ser’ de forma concreta” (Collignon, 2013).

Aunque un sujeto puede ser nombrado, reconocido e incluso “calificado o valorado” por las objetivaciones de sus prácticas y la relación semántica con las mismas —por ejemplo, obra/autor—, el cuerpo es central en la identificación: “ha servido para funcionar como el significado de la condensación de subjetividades en el individuo” (Hall, 2006, p. 244).

Para la sociología el cuerpo juega un rol significativo, según Luhmann: “la corporalidad (corporeidad) —o realidad corporal *corporeality*— sigue siendo en general una premisa de la vida social” (Luhmann, 1995, p. 246, en Taeke 2002, p. 41).

Uno de los ejes centrales del análisis sociológico del cuerpo es su función en los procesos de comunicación en términos de percepción, representación, sentido de presencia, forma de relación primigenia y modelo deseable al valorar la comunicación cara a cara, *F2F*, o mejor dicho, cuerpo a cuerpo —pues el acto comunicativo no sólo incluye la gesticulación facial, sino la corporalidad “completa”, sus posturas, movimientos, posición espacial, proxémica, ropa, talla, estatura, etcétera—. ¹² Diversos autores señalan que las tecnologías de comunicación e información —particularmente las telemáticas— han permitido romper con la finitud de las corporalizaciones instando a la “desencarnación” (Balsamo, 2000; Turkle, 1995; Ward, 2001).

¹² Este listado —no exhaustivo—, pone en evidencia que la concepción de cuerpo incluye los artefactos culturales con los que se “viste”, desde la ropa hasta los tatuajes.

Levinson (1979) observó que los individuos usan los medios para crear virtualidad tanto como para re-crear las condiciones comunicativas de lo “natural” y “humano”, mientras que van más allá de las limitaciones de la comunicación cuerpo a cuerpo, pero también en detrimento de las posibilidades de la misma: “un ser humano en presencia de otro ser humano sigue siendo la condición más adecuada para expresar el más grande grado de posibilidades comunicativas” (Fortunati, 2005, p. 55). Afirmaciones como la anterior, son afines a la postura de Berger y Luckmann (1966) respecto a que las experiencias sociales más importantes tienen lugar en la interacción cuerpo a cuerpo con otros (Cicourel, 1980; Palmer, 1995).

Partiendo de que la corporalidad es condición de posibilidad para la experiencia humana en tanto anclaje de percepción y cognición, conviene distinguir otros planos de valoración relacionados con las interacciones y lo que soy capaz de expresar y percibir con la totalidad de mis sentidos. No se trata entonces de la eliminación o no del cuerpo, sino de formas de intercambio selectivas que se apoyan en una diversidad de recursos a través de los cuales el sujeto decide qué y cómo mostrar y recibir.

Leopoldina Fortunati (2005) indica adecuadamente que la gama de opciones de comunicación está íntimamente relacionada con la complejidad de la vida cotidiana y que cuando elegimos comunicarnos mediadamente en lugar de hacerlo cuerpo a cuerpo, no es porque nuestro único criterio es tener una mayor o menor calidad de la comunicación; también entran otros factores como: el tiempo, el dinero, la distancia y el propósito (Orletti, 1983). La argumentación eje de Fortunati, es que la comunicación cuerpo a cuerpo deja de ser un prototipo, no desde su capacidad evocativa como metáfora para el diseño de interfaces, sino como eje de las formas de socialidad: “la comunicación cuerpo a cuerpo es un prototipo que se desvanece porque con el fuerte uso de tecnologías de comunicación e información crece la fragmentación de la socialidad” (Gergen, 1991 en Fortunati, 2005, p. 57). La socialidad entendida como los círculos cercanos y permanentes, se desdibuja ante los múltiples enlaces de nuestras interacciones cotidianas, así los encuentros cuerpo a cuerpo son cada vez más algo que requiere ser planeado en lugar de un asunto espontáneo. Más que discutir el grado de emocionalidad, significación o interpelación de una experiencia cuerpo a cuerpo frente a una mediada a la distancia, tendríamos que entender que ambas son experiencias cuyas formas de

interacción: “detentan sus propias peculiaridades, sus propios mecanismos de generación y mantenimiento de significados” (Gálvez, 2004, p. 55). Aunque estas “peculiaridades” recuperen frecuentemente gramáticas de interacción propias de la relación cuerpo a cuerpo.

Cuando Lévy (1999) se refiere a la virtualización como “desustanciación” —la esencia sin materia— da paso a la comprensión de la representación corpórea y la interacción a la distancia como una proyección identitaria. Desde una concepción más heurística, la corporalización digital posibilita nuevas formas de auto-representación y convierte símbolos en expresiones personales (Schau & Gilly, 2003).

La representación del cuerpo a través de tecnologías telemáticas tiene diversidad de formatos, grados de abstracción, estilos visuales y sonoros, que van desde la aproximación “realista” del intercambio de video¹³, hasta el dibujo más abstracto. Para Biocca (1997), las representaciones corporales inmersivas como los avatares expresan tres planos de corporalidad: el cuerpo físico (*the objective body*), el cuerpo virtual (*the virtual body*), y el cuerpo mental (*the body schema*) —es una trilogía que distingue el cuerpo de una de sus funciones, la cognición—. Esta clasificación alude al cuerpo del usuario *in room* —con su anclaje análogo espacio/temporal, a su representación corpórea en el entorno digital *in-game*— y a la concepción o representación mental del usuario sobre sus cuerpos.

La representación corpórea contribuye de diversas formas a la creación de inter-subjetividad —definición compartida de significado—. Pearce (2009, p. 123), señala que mirar una representación de uno mismo amplía la posibilidad de involucrarse emocionalmente con la situación, permite a través de la sensación de co presencia una conexión más profunda con otros (vistos desde sus representaciones dentro del entorno que comparten).

2.2 Concepción de la “forma” de la corporalidad y los discursos de verdad

La comprensión de los procesos sociales construidos desde la centralidad de la norma, comulga con la propuesta de Messinger, Stroulia y Lyons (2008) para com-

¹³ En este intercambio los cuerpos registrados podrían tener a su vez diversos grados de intervención, por ejemplo: disfraces, filtros visuales o sonoros.

prender las representaciones corporales como proyecto de consumo, como discurso de verdad. En este sentido y aludiendo a Foucault (1968), las representaciones digitales del yo son un dispositivo de poder que objetiva lo normado y, por ende, posibilita también las transgresiones.

Desde la biocultura se reconoce la centralidad de los cuerpos para mediar procesos sociales más amplios, pero también para identificar cómo el sujeto selecciona los referentes desde los que quiere ser pensado por otros dentro de una trama discursiva, que, a su vez, interviene en la concepción del sujeto sobre sí mismo. La noción de biorresistencia, alude a la posibilidad de elegir sobre mi propio cuerpo —o para el caso, sobre las representaciones que hago del mismo—.

Las alineaciones y transgresiones en la representación del yo y prácticas en entornos digitales son en un sentido amplio lo que Judith Butler (1990) denominó como “performatividad” con respecto a las identidades de género y la repetición estilizada de actos. Para Butler: “el ser mujer no es un hecho natural, sino un espectáculo cultural [en que] la naturalidad [se] constituye discursivamente a través de los actos performativos que produce el cuerpo a través y dentro de las categorías de sexo” (Butler 1990 en McDowell, 1999, p. 54).

Alineación y transgresión son formas que se constituyen en relación con construcciones hegemónicas de sentido¹⁴. El sujeto que habita/anima sus representaciones digitales, no puede entenderse al margen de sus procesos de interiorización de discursos de verdad, tanto los del entorno análogo como los de las convenciones explícitas o tácitas del entorno digital, que configuran nuevos contratos simbólicos de lo permisible y verosímil en un entorno. A dichas convenciones tendremos que agregar las condiciones estructurales que definen el marco de acción dentro de cada plataforma.

Para explicar la relevancia de ciertas condiciones estructurales en la experiencia del entorno, hablaremos del punto de vista desde el cual los usuarios pueden observar su participación, por ejemplo, en los denominados juegos *First Person Shooters* (FPS) como *Quake* (1996) o *Doom* (1993), la visión se realiza desde una “subjetiva”, es decir emulando que la cámara son los ojos del usuario y mostrando únicamente

¹⁴ Esta afirmación puede relativizarse a diversas escalas hasta llegar a su pulverización, porque lo hegemónico de una forma puede ser contra hegemónico de otra. Se trata de la tensión constitutiva entre centro y periferia.

parte de la representación corporal —como los brazos cargando un arma—. ¹⁵ La subjetiva coloca en primer plano la acción, por tanto, permite que la visualización sea un recurso que facilite la forma central de interacción de la plataforma. En los juegos denominados *God* o de Dios como *Populous* (1998), el entorno se observa desde panorámicas cenitales, que son una forma de visualización consistente con la idea de que el usuario tiene “poder” sobre el entorno y que dicho poder se manifiesta en las acciones que puede realizar dentro de él. El sujeto únicamente se muestra a través de sus acciones. ¹⁶

Las posibilidades de visión son también recursos narrativos, por ejemplo, en entornos de juego denominados *Survival Horror* como *Darkwood* (2014), el emplazamiento de visión o “cámara” es colocado de forma fija en cada habitación o detrás del personaje para provocar tensión —mostrar y ocultar la cercanía con los riesgos—.

Las formas de visualización van colonizando la mirada, nos hacen ver de otras maneras diferentes a las que nuestros ojos podrían registrar. Gómez (2016), expresa algunos de los retos que colocan las cámaras 360 para el registro de la dinámica social: rompen con el encuadre o *framing* como apuesta de recorte, hacen una captura simultánea de distintos puntos de vista (a diferencia de las panorámicas que componían la imagen en un continuo), parecen invisibilizar al sujeto que las activa (dar clic), aunque éste se mantiene como anclaje —a diferencia de lo que sucede con las imágenes capturadas a través de drones—.

Condicionamientos técnico-expresivos como los anteriormente citados ¹⁷, forman parte de la experiencia del usuario, de sus gramáticas discursivas y, por tanto, de la configuración identitaria.

¹⁵ En algunos juegos FPS, se presentan secuencias audiovisuales que colocan contexto y emocionalidad a la acción, en ellas sí suele mostrarse la representación corporal del usuario de tal manera que pueda “experimentar” lo que su personaje vivió.

¹⁶ De forma no diegética.

¹⁷ Sería ocioso intentar hacer un listado de las condiciones estructurales tanto técnicas como de la dinámica social de las islas y grupalidades específicas en las que participan los usuarios, pues aunque las primeras son más estables e identificables, todas están en movimiento, sujetas a las transformaciones derivadas de la agencia de los participantes: diseñadores, programadores, usuarios.

2.3 Corporalidad, vivencia y emocionalidad

Como sistema relacional de significación, la identidad está presente en lo que Salabert denomina teoría de los tres cuerpos: las ideas “interocepción”, las sensaciones y percepciones propias que incluyen los rasgos culturales de autoconcepción “propiocepción” y el procesamiento de estímulos externos posibilitados por la extensión de la representación del yo —en la fotografía, en el video y en los mundos virtuales— “exterocepción” (2003, p. 83). Más que intentar separar la percepción, la emocionalidad y la cognición, lo que recuperamos de la propuesta de Salabert es el énfasis en la relación de las mismas.

Castronova (2003) en su teoría del avatar sugiere que la posibilidad de los usuarios de elegir cómo son sus representaciones digitales (seleccionar y personalizar el diseño) y cómo se comportan al habitarlos, genera asuntos tanto positivos como normativos: “en los mundos virtuales los individuos tienen numerosos cuerpos simbólicos para elegir y son grandemente influenciados por el tipo de cuerpos que ellos habitan” (Castronova, 2004 en Vicdan & Ulusoy, p. 8). Precizando la afirmación anterior, consideramos que el diseño de las representaciones corpóreas más que influenciarse por el cuerpo objetivo, se determinan por el cuerpo subjetivo, es decir, por la recreación mental del yo deseable.

Vicdan & Ulusoy (2008) proponen que el cuerpo ha sido prioritariamente estudiado desde dos enfoques: como un sentido de auto representación y socialización (C. Thompson & Hirschman, 1995) y como un proyecto del consumo moderno (Featherstone, Hepworth, & Turner, 1991) que puede ser moneda de cambio (Castronova, 2004). A través de un acercamiento de tipo etnográfico, Vicdan & Ulusoy examinaron el sentido simbólico del concepto de cuerpo en un entorno virtual entrevistando a usuarios sobre las decisiones de construcción de sus representaciones y las experiencias que viven a través de ellas. Encontraron que para los participantes observados y entrevistados, el cuerpo es conceptualizado desde la experiencia y, por ello, introducen el concepto de *symembodiment*, como un sentido de articulación de la presencia del cuerpo y la experiencia de habitarlo en *Second Life*, enfatizando la irresoluta paradoja de la corporalización *embodiment*/ desencarnación *disembodiment* del cuerpo en el mundo virtual.

“Nosotros introducimos el concepto *symembodiment* para articular la presencia del cuerpo en los mundos virtuales y enfatizar su significado simbólico, no sus limitaciones. Nuestras exploraciones revelan que el consumo de la vida analógica y la digital están en constante negociación en el proceso de construcción y experiencias del avatar (...) el cuerpo está presente en los mundos virtuales, sin sus limitaciones físicas, pero sí con su significado simbólico. La construcción de esos cuerpos y las experiencias que viven a través de ellos en su realidad simbólica son como nunca antes afectadas por los consumos de la vida analógica y viceversa, intensifican el dilema mente/cuerpo en los mundos virtuales” (Vicdan & Ulusoy, 2008, pp. 3–8).

Las interacciones dentro y fuera de línea forman parte de una trama relacional de prácticas, vínculos, deseos, intenciones y posiciones que configuran ecosistemas de producción de sentido.

2.4 Interacción y dinámica social

Para el análisis de la relación interacción/experiencia/identidad en entornos digitales, es central la reflexión sobre las dinámicas de presencia y co presencia a la distancia, así como su apropiación discursiva.

Minsky señala que la: “telepresencia¹⁸ es la sensación de estar presentes en un ambiente creado por computadora” (1980, p.120 en Schlemmer, Trein, & Oliveira, 2009, p. 29). La co presencia está asociada a prácticas de comunicación síncrona donde se comparte el aquí y ahora.

Coincidimos con Alexander (2006) al considerar la interacción social: “en términos de puesta en escena, en la que los interlocutores desarrollan un *performance*, moldeado por las representaciones de su entorno cultural, el cual es el mismo que de alguna manera marca las pautas en la formación de la identidad del sujeto como tal” (en Aguilar & Said, 2010, p. 196).

Representarnos a través de un recurso estático —por ejemplo un autorretrato—, o en condiciones altamente controladas —como seguir un guión para una representación audiovisual— es muy distinto que interactuar con otros y con el entorno de forma responsiva, pues como lo señala Taylor (2002b),

¹⁸ Uno de los referentes más aludidos en las formulaciones de telepresencia es Pierre Lévy (1999) con el concepto de cuerpos tecnologizados.

actuar desde los rasgos culturales que tenemos interiorizados nos hacen sentir más cómodos.

Boostrom (2008) sugiere que algunas plataformas digitales son escenarios donde se desarrollan lo que Berger y Luckmann definen como socializaciones secundarias “la socialización secundaria es cualquier proceso subsecuente que inicie a individuos ya socializados en nuevos sectores del mundo objetivo de su sociedad” (Berger & Luckmann, 1966, p. 130). Esta aproximación permite entender que las interacciones en plataformas digitales importan elementos de la socialización primaria de los sujetos, a la vez que permiten que otros nuevos se desarrollen. No se trata de una supeditación de lo digital a lo análogo, sino de la posibilidad de entender el continuo de los procesos de socialización dentro de la biografía de los sujetos.

Boostrom explica que los individuos suelen ser cuidadosos en no dar señales de que no están “suficientemente socializados” en un entorno. En nuestra experiencia de investigación en plataformas digitales durante las últimas dos décadas, hemos encontrado que esta precaución no siempre ocurre, pues el ser acogido dentro de un grupo como *newbie* o novato, le brinda al sujeto la posibilidad de recibir acompañamiento por parte de otros más avanzados y hace que la orientación básica para moverse en el ambiente sea en sí misma un proceso de socialización. Sin embargo, también observamos que el logro de cierto estatus en las grupalidades es un objetivo estratégico para algunos usuarios, quienes incluso pueden valerse de recursos informáticos que les permitan aparentar que han transcurrido por ciertas prácticas de socialización sin haberlas experimentado. Nuestra reflexión apunta a la relevancia de analizar los recursos para aparentar mayor o menor exposición a procesos de socialización.

Schroeder y colaboradores (1998) señalan que el mantenimiento de la identidad de usuarios en un ambiente virtual¹⁹ se relaciona con la búsqueda de generar confianza, y exponen que la identidad es leída como los discursos, formas e interacciones con que se muestra el sujeto. Así pues, aunque la posibilidad de transformarse representacionalmente (imagen, sonido, decisiones de interacción) es una cualidad de los entornos digitales que podría “invitar” a la modificación frecuente de la representación, los sujetos deciden su *performance* con base en una diversidad de criterios —por ejemplo, ser aceptados en determinadas grupalidades—.

¹⁹ Su aproximación empírica se hizo a partir de prácticas realizadas en el entorno Active Worlds.

Las formas de interacción social en los entornos digitales nos permiten reflexionar sobre gramáticas de presencia y co presencia, procesos de socialización de ida y vuelta entre la experiencia cara a cara y mediada telemáticamente; así como motivaciones y recursos para “mostrarse” con ciertos grados de socialización en búsqueda de la identificación o la diferenciación, representación de relaciones, emocionalidades y poder —entre otros hilos para tejer nuestra comprensión de la configuración identitaria—.

El lenguaje es un recurso que configura, nombra y califica las identidades. Nombrar es, en cierto sentido, aprehender lo referido al destacar algún(os) atributo(s) respecto de otros y colocarlos en una posición social: “desde una subjetividad que devela no sólo sus procesos de adscripción, sino los de resistencia e invención” (Reguillo, 1999). En los entornos digitales la manera de nombrar a los sujetos es diversa: *netizens* (internautas o ciudadanos de la red), *metaverseans* (usuarios de metaversos) (Smart *et al.*, 2007), *newbies* (principiantes), usuarios, troles o ángeles (por su actividad de interferencia o apoyo para el trabajo de otros), residentes, ciudadanos o turistas. Lo que está detrás de cada nomenclatura es distinto —nivel de habilidad, forma de pago, tipo de práctica, etcétera—.

Más allá de ser capaces de identificar características compartidas que definen la categoría nominativa, lo que interesa es comprender cuáles de esas prácticas, habilidades y formas de adscripción son las que acentúan lo que Martín-Barbero señala como: “el lazo social que produce el entrelazamiento de lo público con nuevos modos de simbolización y representación que abren las redes comunicacionales y los flujos de información” (Martín-Barbero, 1997, p. 91), pues se trata de modos de simbolización que impactan profundamente las identidades sociales.

3. Consideraciones finales

La identidad es un proceso, por lo tanto, su construcción está en constante movimiento, incluso un acercamiento sincrónico debe entenderse siempre como corte de algo dinámico y multifactorial. Se vive en primera persona, pero se construye intersubjetivamente. Estudiar la identidad, expresa la preocupación por el sujeto y su lugar en la constitución de lo social, pues como lo expresa Reguillo: “los órdenes

institucionales encuentran en la dimensión subjetiva su mayor desafío, en tanto que desde ese ‘lugar’ se ponen a prueba las normas y los valores propuestos y es ahí donde se afina, se modifica o se clausura el sentido” (1999).

Al ser los discursos el recurso para pensar —me, se, nos, los— y expresarse subjetivamente, conviene señalar dos claves epistemológicas:

- a) Las posiciones discursivas son mucho más que una construcción gramatical, se desarrollan en contextos, se objetivan en materialidades, se leen y enuncian desde biografías y roles específicos, en relación con marcos de enunciación que engloban relaciones de poder.
- b) La separación entre enunciación e interpretación, no sólo refiere a momentos en la práctica comunicativa, sino a lo que autores como Verón (1993), Thompson (1997) y Jensen (2010) señalan como una transformación significativa en los procesos de generación de sentido, producto de la separación espacio temporal de la producción y consumo, situación que ha enviado a “primer plano” el análisis de las condiciones estructurales de las mediaciones en las que se objetivan y distribuyen los discursos.

Lo anterior plantea retos metodológicos para estudiar los procesos de identidad y generación de sentido, que a nuestro juicio pueden salir bien librados desde una perspectiva sociocultural como enfoque bisagra entre agencia y estructura, que dé cuenta de las constantes, pero también de las transgresiones y la forma en que ambas re componen la dinámica social.

Bibliografía

- Alexander, J. (2006). “Cultural pragmatics: social performance between ritual and strategy”, in: Jeffrey Alexander, Bernhard Giesen & Jason L. Mast , eds., *Social Performances: Symbolic Action, Cultural Pragmatic, and Ritual*. Cambridge Cultural Social Studies: Cambridge University Press.
- Balsamo, Anne. (2000). “The virtual body in Cyberspace”, in David Bell & Barbara M. Kennedy (eds.), *The Cybercultures Reader*. London and New York: Routledge.

- Berger, Peter L., & Thomas Luckmann. (1966). *The Social Construction of Reality: a Treatise in the Sociology of Knowledge*. New York: Doubleday.
- Berman, Joshua & Amy S. Bruckman. (2001). "The Turing Game: Exploring Identity in an Online Environment", in *Convergence*, 7 (3), pp. 83–102.
- Biocca, Frank. (1997). "The Cyborg's Dilemma: Progressive Embodiment in Virtual Environments" in *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3 (2).
- Boellstorff, Tom. (2008). *Coming of Age in Second Life: An Anthropologist Explores the Virtually Human*. Princeton, N J: Princeton University Press.
- Boostrom Jr., Robert E. (2008). "The Social Construction of Virtual Reality and the Stigmatized Identity of the Newbie" in *Journal of Virtual Worlds Research: Consumer Behavior in Virtual Worlds*, 1 (2), pp. 1–19.
- Bortoluzzi, Maria & Piergiorgio Trevisan. (2009). "Identities in 'Non-places': The Geosemiotics of Computer-mediated Learning Environments in Second Life" in *Textus*, vol. 22, pp. 199–224.
- Brook, James & Iain Boal, (eds.) (1995). *Resisting the Virtual Life: the Culture and Politics of Information*. San Francisco: City Lights.
- Burkhalter, Byron. (1999). "Reading race online: discovering racial identity in Usenet discussions" in M. Smith & P. Kollock, eds., *Communities in Cyberspace* (pp. 60–75). London/ New York: Routledge.
- Butler, Judith. (1993). *Bodies That Matter. On the Discursive Limits of "sex"*, London: Routledge.
- Caldas-Coulthard, Carmen Rosa & Rick Iedema, eds., (2008). *Identity Trouble: Critical Discourse and Contested Identities*. Basingstoke, England: Palgrave Macmillan.
- Castells, Manuel. (2000). *La era de la información: economía, sociedad y cultura*. Vol. 2. *El poder de la identidad*. México: Siglo XXI.
- Castronova, Edward. (2003). "Theory of the avatar". *CESifo Working Papers Series*, 863 http://www.cesifo-group.de/pls/guestci/download/CESifo%20Working%20Papers%202003/CESifo%20Working%20Papers%20February%202003%20/cesifo_wp863.pdf
- . (2004). "The price of bodies: A hedonic pricing model of avatar attributes in a synthetic world" in *Kyklos*, 57 (2), pp. 173–196.
- . (2005). *Synthetic Worlds: The Business and Culture of Online Games*. Chicago: University of Chicago Press.

- Cicourel, Aaron V. (1980). "Language and social interaction: Philosophical and empirical issues", *Working Paper 96a.*, Università degli Studi di Urbino.
- Collignon, María Martha. (2013). "Aproximaciones al estudio del sujeto: cuerpo, tecnología y *performance*": Departamento de Estudios Socioculturales, ITESO.
- Featherstone, Mike, Mike Hepworth, & Bryan S. Turner, eds. (1991). *The Body: Social Process and Cultural Theory*. London: Sage.
- Fortunati, Lepoldina. (2005). "Is Body-to-Body Communication still the Prototype?" in *The Information Society* 21, pp. 53–61. doi: 10.1080/01972240590895919
- Foucault, Michel. (1970). *The Order of Things. An arqueology of the human sciences*. London: Tavistock.
- Freud, Sigmund. (1921). *Psicología de las masas y análisis del yo* (trad. J. L. Etcheverry). Buenos Aires & Madrid: Amorrortu editores.
- Gálvez, Ana Ma. (2004). Posicionamientos y puestas en pantalla. Un análisis de la producción de sociabilidad en entornos virtuales. Tesis doctoral. *Athenea Digital*, 05, 02. <http://site.ebrary.com/lib/uisantafesp/Top?channelName=uisantafesp&cpage=1&docID=10122146&f00=text&frm=smp.x&hitsPerPage=20&layout=document&p00=comunidad+virtual&sch=%A0%A0%A0%A0A0Buscar%A0%A0%A0%A0&sortBy=score&sortOrder=desc&ppg=7>
- Gergen, Kenneth J. (1991). *The Saturated Self: Dilemmas of Identity in Contemporary Life*. New York: Basic Books.
- Giménez, Gilberto. (2000). "Materiales para una teoría de las identidades sociales" en José Manuel Valenzuela (coord.), *Decadencia y auge de las identidades*. Tijuana, México: Plaza y Valdés Editores, El Colegio de la Frontera Norte.
- Goffman, Erving. (1967). *Interaction Ritual. Essays on Face-to-Face Behavior*. New York: Pantheon.
- , (1981). *Forms of Talk*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Gómez Cruz, Edgar. (2016). "Some early thoughts on 360 degrees photography and ethnography", in *Imagenaciones*, blog. <https://imagenaciones.com/>
- Hall, Stuart. (2006). "¿Quién necesita la identidad?" en Valentina Torres Septién (coord.), *Producciones de sentido, 2. Algunos conceptos de la historia cultural*. México: Universidad Iberoamericana.

- Jensen, K. B. (2001). "Modelos comunicantes: la importancia de los modelos para la investigación sobre los mundos de la Internet" en *Comunicación y Sociedad*, núm. 40, DECS, Universidad de Guadalajara, pp. 65–104.
- , (2010). *Media Convergence: The three degrees of network, mass & interpersonal communication*, London and New York: Routledge.
- Jung, Carl Gustav. (1999). *Obra completa*, 18 volúmenes. Madrid: Editorial Trotta.
- Kolko, Beth E., Lisa Nakamura & Gilbert B. Rodman. (2000). *Race in Cyberspace: An Introduction*, New York: Routledge.
- Lemke, J. L. (2008). "Identity, development, and desire: critical questions", in C. R. Caldas-Coulthard & R. Iedema (Eds.). *Identity Trouble: Critical Discourse and Contested Identities* (pp. 17–42). Basingstoke, England: Palgrave Macmillan.
- Levinson, Stephen C. (1979). "Activity types and language" in *Linguistics*, 17, pp. 365–399.
- Lévy, Pierre. (1999). *¿Qué es lo virtual?* (Trad. D. Levis): Paidós.
- Luhmann, Niklas. (1995). *Social Systems*. Stanford University Press.
- Martín-Barbero, Jesús. (1997). "Descentramiento cultural y palimpsestos de identidad" *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas* [en línea], 3 (5). <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=31600505>
- McDowell, Linda. (1999). *Gender, Identity and Place. Understanding Feminist Geographies*, Minnesota: University of Minnesota Press.
- Mead, George H. (1991). "La génesis del self y el control social", en *Revista española de investigaciones sociológicas*, núm. 55, pp. 165–186.
- Messinger, Paul R., Eleni Stroulia & Kelly Lyons. (2008). "A Typology of Virtual Worlds: Historical Overview and Future Directions" in *Journal of Virtual Worlds Research*, 1(1).
- Minsky, Marvin. (1980). "Telepresence" in *Omni magazine*.
- O'Brien, Jody. (1999). "Writing in the Body: Gender (Re)production in Online Interaction" in M. A. Smith & P. Kollock, eds., *Communities in Cyberspace* (pp. 76–106). London/New York: Routledge
- Orletti, Franca (edit.). (1983). *Comunicare nella vita quotidiana*. Bologna: Il Mulino.
- Palacios, Julia E. (2006). "A propósito de la identidad" en Valentina Torres (coord.), *Producciones de sentido, 2. Algunos conceptos de la historia cultural*. Universidad Iberoamericana.

- Palmer, M. (1995). "Interpersonal communication and virtual reality: Mediating interpersonal relationship" in Frank Biocca & Mark R. Levy, eds., *Communication in the Age of Virtual Reality* (pp. 277–299). Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- Pearce, Celia. (2009). *Communities of Play. Emergent Cultures in Multiplayer Games and Virtual Worlds*. London, England: MIT Press.
- RAE. (2009). *Diccionario de la lengua española* (22 ed.). Madrid.
- Reguillo, Rossana. (1999). "Anclajes y mediaciones del sentido. Lo subjetivo y el orden del discurso: un debate cualitativo", en: *Revista Universidad de Guadalajara*, 17. <http://www.cge.udg.mx/revistaudg/rug17/4anclajes.html>
- Rizo, Marta. (2004). "Interacción y comunicación. Exploración teórica–conceptual del concepto de Interacción", artículo presentado en el II Congreso de la Cibernética, Cataluña.
- Roesler, C. (2008). "The self in cyberspace: Identity formation in postmodern societies and Jung's Self as an objective psyche" in *Journal of Analytical Psychology*, 53 (3), pp. 421–436.
- Salabert, Pere. (2003). *Pintura anémica, cuerpo suculento*. España: Laertes.
- Sánchez, J. (2005). *Análisis comunicacional de las relaciones identidad–cuerpo en el espacio virtual*. (Maestro en Comunicación), UNAM, México.
- Schau, Hope Jensen & Mary C. Gilly. (2003). "We are what we post? Self–presentation in personal web space" in *The Journal of Consumer Research*, 30, pp. 385–404.
- Schlemmer, Elianne, Daiana Trein & Cristoffer Oliveira. (2009). "The Metaverse: Telepresence in 3D Avatar–Driven Digital–Virtual Worlds" en *@tic revista d'innovació educativa*, 2, Universitat de Valencia.
- Smart, J., J. Cascio, J. Paffendorf, C. Bridges, J. Hummel, J. Hursthouse, & R. Moss. (2007). *Metaverse Roadmap: Pathways to the 3D Web, A Cross Industry Public Foresight Project*. Roadmap Input.
- Taylor, T. L. (2002a). "Living Digitally: Embodiment in Virtual Worlds", in R. Schroeder, ed., *The Social Life of Avatars: Presence and Interaction in Shared Virtual Environments* (pp. 40–62). London: Springer–Verlag.
- . (2002b). "Whose Game Is This Anyway?: Negotiating Corporate Ownership in a Virtual World" in F. Mäyrä, *Computer Games and Digital Cultures Conference Proceedings*, Tampere: Tampere University Press. Puede consultarse en: <http://www.digra.org/dl/db/05164.58571>

- Taylor, T. L. (2003). "Power gamers just want to have fun?: Instrumental play in a MMOG". in Digital Games Research Association: DIGRA, 03, *Proceedings of the 2003 DIGRA International Conference*, volume 2. Netherlands.
- Thompson, Craig J. & Elizabeth C. Hirschman. (1995). "Understanding the Socialized Body: A Poststructuralist Analysis of Consumers Self-Conceptions, Body Images and Self-Care Practices" in *The Journal of Consumer Research*, 22, No. 2, pp. 139–153. The University of Chicago Press.
- Thompson, John B. (1997). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. (En castellano, 1998 ed.). Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Turkle, Sherry. (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*, New York: Simon and Schuster.
- Valenzuela Arce, José Manuel. (2000). "Identidades culturales: comunidades imaginarias y contingentes" en J. Valenzuela, edit., *Decadencia y auge de las identidades*. Tijuana, México: Plaza y Valdés Editores, Colegio de la Frontera Norte.
- Van Dijk, Teun. (2007). "*Discurso y Sociedad*. Una nueva revista digital". El sitio incluye el volumen 1 de 2007 que consta de 4 números: 1, 2, 3 y 4, editados por T. van Dijk. Retrieved 9 de Diciembre 2010, from <http://www.discursos.org>
- Verón, Eliseo. (1993, 1ª. reedición). "El cuerpo reencontrado" en *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa. Colección El mamífero parlante.
- Vicdan, Handan & Ebru Ulusoy. (2008). "Symbolic and Experiential Consumption of Body in Virtual Worlds: from (Dis)Embodiment to Symembodiment" in *Journal of Virtual Worlds Research*, vol. 1 (no. 2), 22 pp.
- Ward, Katie. (2001). "Crossing Cyber Boundaries: Where is the Body Located in the Online Community?". In Nick Watson & Sarah Cunningham-Burley, eds., *Reframing the Body*. New York: Palgrave, pp. 189–208.
- Wheeler, Deborah. (2001). "New Technologies, Old Culture. A Look at Women, Gender and the Internet in Kuwait" (pp. 187–212), in Charles Ess & Fay Sudweeks, eds., *Culture, Technology, Communication. Towards an Intercultural Global Village*, Albany: State University of New York Press.
- Wilson, Samuel L. & Leighton C. Peterson. (2002). "The Anthropology of Online Communities" in *Annual Review of Anthropology*, vol. 31, pp. 449–467. doi: 10.1146/annurev.anthro.31.040402.085436

Woodward, Kath. (2004). "Questions of Identity" in Kath Woodward (editor), *Questioning Identity: Gender, Class, Ethnicity (Understanding Social Change)*. London: Routledge.

Videojuegos y entornos virtuales

Doom (1993) ID Software, Nerve Software (XBLA)

Darkwood (2014) Acid Wizard Studio

Quake (1996) ID Software, Lobotomy, Midway Games

Populous (1998) Bullfrog Productions, Electronic Arts

Ragnarok (2002) Gravity Interactive, Inc.

Second Life (2003) Linden Lab

JOHANNA C. ÁNGEL REYES¹

El planteamiento ofrecido en las siguientes líneas, corresponde a una serie de reflexiones basadas en las narrativas de la cultura. Es decir, las formas en que ésta se cuenta y se divulga.

Dentro de este panorama, hay dos aspectos que resultarán fundamentales para el desarrollo de las ideas. El primero es el nexo cultura–mercado y las relocalizaciones que de allí se desprenden. El segundo tiene que ver propiamente con cómo se narra, qué se dice y cómo estas narrativas, envuelven cuestiones políticas que, a partir de la necesidad de enunciación, hacen cada vez más evidentes las políticas de diferenciación de *los otros*.

Así pues, dentro de una perspectiva necesariamente crítica, la invitación recae en pensar y analizar si, mediante los esfuerzos de nominación e institucionalización de la cultura y los agentes culturales, se consigue visibilizar y engrandecer, tanto los nexos comunitarios como la economía, cuestión que pareciera innegable en nuestros tiempos. Sin embargo, aquí se argumenta la posible generación de políticas de exclusión; a su vez, los debates sobre el tema que nos atañe se centran en la diversidad y la instrumentación para combatir la violencia, junto con los esfuerzos para aunar los productos culturales a la sectorización económica global.

Las formas de mediatización de los mensajes inciden en la creación de imaginarios, en este caso, de la concepción de la cultura. Sus transformaciones simbólicas a

¹ Es antropóloga, maestra en Comunicación y doctora en Comunicación y Cultura por la Universidad ARCIS de Santiago de Chile. Docente en los Departamentos de Arte y Comunicación de la Universidad Iberoamericana, Ciudad de México. Especialista en temas de arte y cultura popular, comunicación y cultura, imaginarios y representación, así como en “Estudios críticos de la cultura”. Perteneció al Sistema Nacional de Capacitación Cultural de la Secretaría de Cultura (antes CONACULTA). Fundadora de Acacia arte y cultura 360°, plataforma de gestión, investigación y capacitación. Co-coordinadora y autora del libro *Imaginarios de lo popular. Acciones, reflexiones y refiguraciones*. Recientemente ha publicado: “‘Decir’ al otro. Violencia epistémica como el origen de la imposibilidad singular”.

través del tiempo, su relación intrínseca con otro imaginario poderoso: la identidad y también, su utilidad en tiempos de crisis política y económica.

Partir de preguntarse ¿cómo se cuenta la cultura a partir de su interacción con los medios de comunicación? Permitirá comprender, desde una perspectiva crítica, la polisemia en torno a la definición del término mismo, los cambios y adaptaciones de la sociedad (en este caso, la mexicana) desde y hacia los discursos que toman la cultura como su razón de ser.

Se llamará la atención sobre las tácticas para generar una política de representación, donde la definición de ciudadanía apela netamente a acciones simbólicas, que implican la vinculación de la cultura como capital cultural. Es decir, como mercancía que circula y genera plusvalía, así como la redefinición del espacio público como espacio virtual de representación.

Producción discursiva de la Cultura que reifica al otro: el problema y las narrativas

Resulta absolutamente necesario recalcar para el orden discursivo, que términos surgidos de posiciones críticas sobre el tratamiento de la cultura, tales como *industrias culturales* y *capital cultural*, se adoptaron con un tono positivo y normalizador, para respaldar acciones descontextualizadas de un primer escenario, donde se pretendía justamente, hacer notar las consecuencias del tratamiento de la cultura en el mercado y sus dinámicas de consumo.

Habría que tener en cuenta que, para el momento en que se generan estas discusiones durante la primera mitad del siglo xx, lo que se consideraba cultura obedecía a lo distinguido en aquel entonces como “alta cultura”.

Actualmente, esa “reorganización global de la economía capitalista sustentada en la producción de diferencias” (Castro Gómez, 2000, p. 145), permite que cobren sentido las narrativas de desarrollo cultural, favoreciendo la atracción del término “capital cultural” (Bourdieu, 1990) ya no como una crítica a la forma en que circulan distintos capitales además del económico, sino considerándolo como una cuestión positiva para los territorios considerados periféricos, aplicando el concepto a los productos de orden material e inmaterial, procedentes de las formas de organización

y de pensamiento, como alternativa económica de la que surgen oportunidades basadas en el quehacer de los actores-productores.

Podría considerarse que, en este tanto, el Estado funge como *dispositivo*, como el rector en la producción de bienes simbólicos que aseguran la sujeción al *sistema-mundo*. (Castro Gómez, 2000, p. 145). Según Giorgio Agamben (2011), el dispositivo es un conjunto heterogéneo que como cualidad: “incluye virtualmente cada cosa, sea discursiva o no: discursos, instituciones, edificios, leyes, medidas policíacas, proposiciones filosóficas.” Podría definirse, como una suerte de red que se tiende y sostiene todos estos elementos. El dispositivo siempre tiene una función estratégica concreta, que siempre está inscrita en una relación de poder. (Agamben, 2011, p. 250).

El tratamiento que recibe la cultura por parte del Estado-nación, implica una legislación acerca de la misma.² Ello supone que, el ejercicio de la ciudadanía en torno a este asunto sea proyectado a partir de una representación y no de acciones directas, lo que llevaría una primera redefinición del término en el espectro político.

Quizá sea pertinente en este punto, enfatizar que, si bien desde la distinción que derivó en las ciencias sociales como academización de los estudios de la especie humana, más allá del ámbito biológico y tomando en cuenta diversas esferas de la construcción social y cultural, el estadio de la cultura como capital cultural y/o como bien de intercambio vinculado al desarrollo económico, merece un renglón reflexivo especial, no sólo desde las variables que son susceptibles de introducirse al mercado, sino también, a partir de las condiciones de posibilidad de la permanencia de una posible construcción de comunidad sin estar mediado por las condiciones del capital.

El surgimiento de las ciencias sociales como tal, se sujetó desde sus inicios a una base empírica, sobre la que pudieran plantearse datos que dieran cuenta de las sociedades y de la cultura, comprobando —de primera mano— el funcionamiento de aquellos sistemas que se pretendía observar de manera objetiva. Dicha objetivación, sería la base para la construcción del sentido científico al que quisieron orientarse estas disciplinas que irrumpen en dicho panorama desde mediados del siglo XIX

² Recientemente, México estrenó su ley de cultura y derechos culturales, subsecuente a la creación de la figura de la Secretaría de Cultura, que tuvo como antecedente al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

y que alimentan el surgimiento metodológico sistemático de la sociología, cuyos planteamientos en su inicio se refieren en exclusiva a situaciones de orden sincrónico, observables y comprobables.

Aunado a este principio que visualiza el requerimiento del uso del método científico en las ciencias sociales, se encuentra un segundo elemento: un marco de consideración donde las ciencias exactas (privilegiando a la física matemática) son las que establecen el “canon o ideal metodológico” (von Wright, 1998, p. 21) que funcionará como medida, tanto del desarrollo, como de la perfección de todas las otras ciencias; ello incluye *de facto* a las ciencias sociales. La implementación de metodologías derivadas del uso del método científico genera un panorama desde el que se vislumbra la creación de taxonomías y especificidades clasificatorias para referirse (en su origen) a las culturas no occidentales.

Política de la diferencia

Las “diferencias fenotípicas entre conquistadores y conquistados” (Quijano, 2000, p. 201), llamadas raza, constituyen quizá, la herencia que prevalece con mayor fuerza y presencia en la discursividad de las ciencias sociales y humanas, vinculada a la producción de narrativas administradas desde la academia y desde los emprendimientos sociales que alzan a manera de bandera la noción de desarrollo (económico y cultural, principalmente). *Raza* indicando una primera distinción entre Occidente y el *otro*, a partir de los rasgos físicos característicos y evidentemente, susceptibles de ser comparados en calidad de diferencia que a su vez, se consolida como “una experiencia básica de la dominación colonial” (p. 201) continúa su operación a modo de un enunciado vigente en términos clasificatorios e incluso, de manera analógica refiriendo clases bajas y populares en el lenguaje cotidiano de los hispanohablantes en algunos países de América, donde se asume cual elemento enunciativo de clase social.³

³ En junio de 2017, el INEGI dio a conocer un estudio correspondiente a las “características sociográficas” de la población mexicana, que incluye resultados sobre el “autoconocimiento del color de la piel” y donde se esbozan conclusiones tales como: que “mientras más oscuro es el color de la piel, los porcentajes de personas ocupadas en actividades de mayor calificación se reducen. Cuando los tonos de piel se vuelven más claros, los porcentajes ocupados en actividades de media y alta calificación se incrementan.” Véase: <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/nacion/sociedad/2017/06/16/presenta-inegi-estudio-que-relaciona-color-de-piel-con>

A partir de las producciones alegóricas de identidad, es decir, fragmentos simbólicos que se constituyen como representación del todo de una cultura o sociedad y que se configuran mediante el ejercicio del poder como *política cultural*; arte y cultura terminan homologados y aprehendidos como una amalgama, cuando la trama de significantes que se presenta a fin de ser consumida a la manera del capital se basa de modo casi exclusivo en el estilo.

Dicha reconfiguración para una política de representación «democrática», al menos en su enunciación, vulnera al espectador de modo tal, que el desacuerdo se torna inexistente. Se cristaliza como esa “armonía garantizada de antemano” (Horkheimer–Adorno, 2007, p. 171). De esta manera, tanto arte como democracia se tornan en categorías inoperantes, de cara a la generación de ese *significante–otro*, abstraído mediante la diferencia y virtualizado a partir de la representación de sí mismo, cada vez más lejano de las redes de significados entretajadas desde la subjetividad.

Cuando las teorías planteadas en la *Colonialidad del poder* (Quijano, 1992) sugieren una “invención del otro” (Castro–Gómez, 2000, p. 201) realizan un repaso de las formas en que Occidente se legitima como imaginario de cierto «ideal de ser» de manera constante y de las estrategias para mantener vigentes los dispositivos de agenciamiento que, al día de hoy, permiten la sustentación de dicho imaginario activo e intacto.

Las formas de dominación que se desprenden de estas taxonomías del otro y su domesticación, han demostrado ser perdurables al punto de ofrecer el marco privilegiado para la operación moderna del poder, cuyo establecimiento eurocéntrico, sigue impregnando las relaciones al interior y al exterior de los Estados conformados por una base colonial. De la manera en que se estructuraron estas relaciones que derivaron en *raza* como elemento clasificatorio para la división del trabajo (Quijano, 2000, p. 204), también devinieron en la conformación de estructuras que se asumieron como «Cultura» y que reforzaron desde lo político, las diferencias demarcadas con anterioridad en la instancia biológica.

El dilema entre alta y baja cultura establecido en Europa desde el Renacimiento, se tradujo en la exotización de rasgos y características sociales para la exaltación, pseudo–integradora o bien separatista, de los grupos dominados a partir de las dinámicas del capital. El inevitable cisma que de manera actualizada se establece con

este postulado y que se institucionaliza a través de las legislaciones; contemporáneamente, en la forma de “derechos culturales” (*Declaración de Friburgo*, 1998), genera narrativas basadas en varios factores. El primero, la existencia de una definición aprehensible de “Cultura”; luego, la misma definición de identidad cultural de corte etnográfico, heredada de las ciencias sociales desde su consolidación y sumado a éstas, junto con una noción de desarrollo aunada a las dos primeras, que reafirman la tendencia sucesoria de la diferencia sobre una base de distinción allegada a las dinámicas coloniales de dominación.

Existe una gran dificultad, imposible de remontar desde las ciencias sociales, e indispensable en la conformación del Estado moderno. Esta consiste en las formas de “decir” la otredad. El *otro*, inevitablemente es enunciado y formulado desde quien enuncia. Los métodos inherentes al ejercicio científico para la comprensión de los fenómenos sociales constituirán entonces, la base de la “violencia epistémica” (Castro Gómez, 2000, p. 145) que se presenta como el problema principal desde la constitución de la academia, para generar el marco propicio para *ese-otro* como invención.

Lo nacional y el imaginario colectivo

La construcción de narrativas locales de la “memoria nacional” (Ortiz, 1997, p. 156) que sirvieran para reforzar la base sobre la que descansa la construcción del Estado-nación en el caso de México, al entrelazarse con el consumo, formulan ya no sólo una amalgama de producción simbólica en torno a “lo mexicano” con un poder de despliegue de la conservación de la identidad y de la tradición. Sino que dicha producción, se integra a circuitos que tienen que ver más con el ámbito de la modernidad global.

Como parte de estos imaginarios y estereotipos extendidos, podría suponerse, de manera paradójica, lo que Renato Ortiz (1997), no duda en denominar, el surgimiento de una “memoria colectiva internacional–popular”. Es decir, es justamente el factor identitario tradicional que refiere a las características signadas para lo que se pone en circulación bajo el influjo de lo nacional, la materia de propulsión hacia la incorporación de nuestros Estados en dinámicas globales de mercado.

Si bien se establece una supuesta inclusión de ciertos rasgos de las denominadas clases populares en el imaginario de lo nacional, en tanto que se anuncia un «reconocimiento» a sus formas sociales y culturales como parte de la construcción del signifiicante nación, también se delimita a los sujetos que deben ser objeto de una política cultural, que tendrá como objetivo la *culturización* de dichas clases populares.

Desde la legislación, en muchos Estados y producto de procesos de colonización, incluido México, la cultura se enmarca en la educación. En tanto que se pretende la descripción de una serie de conocimientos que pueden y deben (en términos de desarrollo) alcanzarse por la vía del aprendizaje, como se sustenta en la educación formal, el aparato que identifica la alta y baja cultura sigue funcionando de manera intacta, aunque de manera demagógica se hace fusión entre una y otra, resaltando siempre la importancia de «el pueblo» en los procesos que llevarán a definir, las formas en que se accede a otros niveles de desarrollo, ahora denominado desarrollo cultural, ofreciendo un discurso de pluralidad e inclusión.

Este nivel discursivo se encuentra muy presente en la mediatización de las narrativas de “lo mexicano”, bajo la repetición mediática de *slogans* y discursos que permanecen en los imaginarios de “la mexicanidad” alimentados por factores como la identidad y la tradición, cuyos baluartes parecieran imposibles de poner en tela de juicio, al igual que la certera comprensión de estos términos y a qué se refieren cuando se trata de abrir una discusión acerca de *esa-cultura* institucional.

La multiculturalidad

Pese a que la *multiculturalidad* sea una de las narrativas constantemente visitada y que permea todos los estadios de administración de eso que, en forma incluso estatutaria, hoy se considera cultura; tanto desde la academia como desde el campo político, estamos ante la imposibilidad de la emergencia de los sujetos, dado que las mediaciones desde el poder se generan a partir de dispositivos que basan su funcionamiento en el mantenimiento de la diferencia como control del deseo. Esto último, podría resumir en sí mismo, la definición crítica más próxima a la Cultura como tal (expuesta aquí con mayúscula como nombre propio para ser distinguida como agente dentro de diversas estructuras de poder).

Debe tenerse en cuenta que, aunque en el ámbito discursivo la *multiculturalidad* forme parte integral de lo que pudiera considerarse singular, la operación maquínica que obedece al orden de la “Cultura” como capital (K), genera espectros que simulan prácticas subjetivas. Sin embargo, la imposibilidad misma se encuentra en la clausura al orden del acontecimiento como emergencia de la ya mencionada subjetividad.

La restauración del tejido social

Pese a los relatos que llegaran a mediatizarse desde un imaginario instituido a partir de las narrativas, las cuales, a su vez, dieran paso a una construcción histórica, no son la cultura y el arte en sí mismos, sino las prácticas desprendidas de ellos y equiparadas como sistema educativo, lo que genera el «cambio social» que se supone, se requiere en comunidades catalogadas como vulnerables por sus niveles de violencia y/o bajos índices de educación formal, así como de acceso a espectáculos culturales. Es la generación de redes de cohesión, las mismas que proporciona la escuela las que entran en función. Aunque educación y cultura, en su naturaleza misma resulten opuestas, se entienden arte y cultura como métodos, cada vez más lejanos de planteamientos estéticos, problemas plásticos y productos que dan sentido a la existencia de una comunidad.

En el orden del discurso, hay una serie de factores identificables que parecen ir de la mano. Uno, referido a la recomposición de un tejido social que nunca se explicita en qué consiste ni cómo se define desde las políticas públicas. Otro, que ubica a los jóvenes como público objetivo de los programas y como vector determinante del cambio social que se espera obtener a partir de la incursión de la cultura y las artes en comunidades donde al parecer, se confía en que esta fórmula derrote las dinámicas impuestas por la circulación de los capitales heredados de la legitimación de prácticas ilícitas ante la ilegitimidad de los gobiernos. Es una operación perversa derivada de la creación de “soluciones” a problemas generados por el mismo ente.

Un tercer factor que entra en juego es el concerniente al uso del tiempo libre. Lectura que resulta contradictoria si se piensa desde su más pura definición a partir del materialismo histórico. Es decir, el tiempo no sujeto al trabajo. De esta mane-

ra, se pretende que el consumo de los productos del capital cultural, tengan lugar durante el tiempo no laboral, asumiendo que la cercanía a dicho ejercicio brindará bienestar a ciertas comunidades que en síntesis, son doblemente despojadas de las prácticas que justamente, hacen que la circulación del *munus*, en su sentido positivo, las aproxime a la *communitas* (Esposito, 2009, p. 9), noción sobre la que debiera descansar su base cultural.

Desde la “otra cara de la moneda” instituir la “Cultura” como un ente de rehabilitación social, no sólo reifica el aparato violento de colonización que permeará todas las esferas del ejercicio de dominación, sino que, evoca políticas de exclusión donde resurge esta imposibilidad de des-representación del estatuto de ciudadanía. La búsqueda constante de una estatización de los cuerpos excluidos, junto con los planteamientos que permiten la subjetivización de un orden ilusoriamente, no impuesto sino reclamado y aprehendido por los ciudadanos mismos, revela las complicaciones propias de nuestro *Sur* en ese exigido tránsito a la modernidad, habiendo nacido “en la época moderna sin que nos tocara ser modernos” (Larraín, 1997, p. 313). Pensar en condiciones de posibilidad de lo subjetivo, cuando lo subjetivo mismo ha sido pervertido en la búsqueda de soluciones para inconvenientes generados por el Estado-nación en sí mismo, lleva plantearse en esa *imposibilidad posible* de la emergencia de lo *i-representado* mediante el acontecimiento.

Cultura como espectáculo

Tanto el Estado como los sectores privados emancipados de las políticas, mas no de la ley para generar su propia producción artística y cultural, apelan al espectáculo como táctica, conformando una dimensión valorada desde la formación de públicos para la cultura y las artes; dándole sentido a la noción de *consumo cultural* sobre la que se despliegan importantes políticas de desarrollo económico para México y la región.

La vinculación de actividades de ocio que fundamentan el espectro sociocultural, en tanto que se asocian desde las políticas culturales a una cadena productiva, interrumpen los procesos de subjetividad, los cuales, de existir, podrían cobrar presencia solamente, fuera de las lógicas del capital. Presenciamos “una sociedad cuyos indivi-

duos que la componen, no tienen ya posibilidad de participar en ella, especialmente en un plano estético y simbólico” (Stiegler, 2011, p. 10).

Los enunciados y los discursos mediatizados

Los grandes dispositivos se basan en discursos retóricos constructores de narrativas, entre los que destacan la cultura como agente de cambio social y la reconstrucción del tejido social como materia prima de las narrativas; discurso favorecido por entidades privadas que trabajan en torno a la cultura y el arte como factor definitivo de reordenamiento “normalización” en comunidades periféricas.

Empresas, consultoras y asociaciones civiles que han afincado su trabajo en la generación de metodologías con herramientas tomadas del arte y la cultura con pretensiones de cambio social, se constituyen en componente esencial de la conformación de narrativas sobre cultura *vs.* violencia, basándose en la incorporación de técnicas de trabajo que más tienen que ver con escuelas de (re)formación de personas desde las artes escénicas, y más recientemente desde las artes plásticas, la gestión y promoción de la cultura.

En realidad, su metodología se basa en la impartición de cursos y talleres en las comunidades y territorios en los que han conseguido hacerse presentes. Si bien hay un trabajo comunitario de base, la cultura y las artes en su definición, obedecen para estos propósitos a un sentido educativo basado en el estilo que al igual que la educación formal, colateralmente genera redes de soporte a nivel social.

El problema de la cultura

Entender el término cultura en nuestras dinámicas modernas, revela una serie de aristas que llevan a un conglomerado de significados en torno a la palabra. Desde la diferenciación entre la noción germánica y la francesa que retoma Norbert Elias (2009) para generar un panorama epistemológico en términos de “proceso de civilización”⁴, pasando por las diferenciaciones entre alta o baja cultura o lo

⁴ Elias refiere el uso del vocablo cultura, integrado a dos condiciones principales: una, la alemana, de origen kantiano, que lo utiliza como sinónimo de civilización y la otra, afincada en las cortes burguesas francesas, que usan “cultura” para establecer diferencias con otras clases sociales y sus costumbres.

culto y lo popular, hasta la posibilidad de redes de significados que construyen diferenciales.

Al igual que el concepto de gestión cultural, América Latina modeló a su imagen, semejanza y necesidad el concepto de desarrollo cultural. Conviven entonces dos tendencias para las prácticas culturales comunitarias a manera de modelo de desarrollo. La primera, impulsa y potencia el capital cultural propio de las comunidades, basado en las tradiciones, identidad y patrimonio. La segunda establece “faltantes” que deben introducirse a ellas como forma dinámica de apoyo a sus estructuras de base y como detonante de nuevos procesos económicos y sociales.

No habría que olvidar una tercera, que obedece al proyecto moderno de nación establecido desde los gobiernos posrevolucionarios y que, de manera institucional, reivindica las prácticas tradicionales involucradas en dinámicas de mercado para un aprecio y persistencia de las tradiciones, así como para un comercio justo de los productos derivados de dicha inserción al mercado.

Cabría hablar de una cuarta que plantea Néstor García Canclini de manera cabal, refiriéndose a las narrativas de las formas locales de cultura en la globalización, su industrialización y los nuevos imaginarios desarrollados para ser insertados en los fenómenos globales. (García, 1989. p. 21).

En esta medida, las narrativas acerca de la cultura continúan conformando paisajes diferentes que en esencia, dependen de la noción tanto de cultura como de desarrollo, de quienes se involucran en los procesos de participación comunitaria.

El fenómeno no es exclusivo de nuestras latitudes. Corresponde a las exigencias de la *Economía mundo*, que fue capaz de replantearse la cultura como medio alternativo mercantil, para el ilusorio cierre de la brecha económica entre los países potencia y los países “en desarrollo”. Al respecto, Mar Llera comenta que, refiriéndose al fenómeno y luego de su convivencia con diferentes comunidades originarias en todos los continentes: “El capitalismo lleva mucho tiempo mercantilizando la cultura y ésta a su vez lleva mucho tiempo vendiéndose a cualquier postor. El pretexto siempre es el mismo: que la cultura sea puesta al alcance de todos.” (Llera, 2012, p. 69).

Hoy, la capa “capitalizable” es la que se ostenta como imperativo dominante de cultura. Es la que permite hablar de derechos y sujetos culturales, la que apoloziza

la diferencia étnica, racial y de otros tipos; que hace valer con creces la violencia epistémica, con la que se determinan colonizadores y colonizados. Sin embargo, el acontecimiento como fuga, *eso* que escapa del dispositivo y su trama, puede configurar redes de significados, cuya característica derivará en el acontecer, lejos de la permanencia que nutre el ámbito simbólico y a su vez, constituye el entramado de lo nacional.

Dado que el dispositivo genera un despliegue discursivo en torno a la tradición e identidad (cuyo abordaje para el caso de México se explicó ya en líneas anteriores), las redes que se solventen desde otros ángulos, obedecerán a esta posibilidad constitutiva de un *nosotros* escindido de la noción nacionalista, que fortifica las fronteras geopolíticas a partir de la incidencia de la creación de identidades especulares y que pareciera, es la única capaz de amalgamar el hecho de la existencia de comunidades en un cierto territorio.

Referir a “lo común” implica explorar, no sólo en las manifestaciones creativas, sino esbozar la posibilidad de ese “algo” que se queda fuera de los sistemas simbólicos y que apela a las relaciones cotidianas imposibles de territorializar hacia el mercado y el capital.

Es allí, donde el sentido de *fuga* puede constituir otra definición de cultura más allá de la creciente aceptación de la ya instituida como capital cultural.

Desde la crítica

De vuelta a un origen crítico reflexivo, hay que yacer ante la ya legendaria afirmación: “hablar de cultura siempre ha estado en contra de la cultura” (Adorno–Horkheimer) y saber que el nivel paradójico del análisis del discurso dista todavía de una praxis que pueda dar cuenta de la subversión del orden discursivo establecido, en la que la condición de *Sur* opere de manera independiente de los dispositivos maquínicos de enunciación.

Experiencias cercanas y recientes con diferentes actores en la escena política y social de la cultura en México, aún me permiten permanecer cercana a diversas narrativas sobre la misma, que se convierten en el punto de partida para la reflexión en torno a la instauración de la cultura como eje normativo desde los discursos ya

referidos. De modo tal que, desde una perspectiva crítica, emergen preguntas que en su mayoría tienen que ver con la posibilidad de atravesar la red simbólica instituida, con acciones concretas que se generen desde los márgenes constituidos por las políticas de representación.

El papel de los intelectuales latinoamericanistas en la construcción simbólica mediante la enunciación de América Latina resulta fundamental. El sitio desde donde tiene lugar dicha enunciación produce una desigualdad de saber-poder, en tanto que lo que está representado mediante el lenguaje, es la construcción de *otro* (del otro) que clausura toda posibilidad de singularización y subjetividad de (y desde) los sujetos.

Si en definitiva, persiste la pregunta acerca de quiénes tienen voz y cómo se modula la misma, nuestra pretensión en ningún instante puede reducirse a la manera de formular que los otros sean escuchados. No se trata de devolverles su integridad, dignidad y todas las otras consideraciones que conforman la noción de ciudadanía. Se trata de preguntarse por las formas maquínicas de exclusión, contempladas y afianzadas desde los sistemas coloniales y las condiciones de posibilidad de justicia mediante un marco de singularidad.

De otra manera, la academia seguirá empeñada en actualizar versiones de otredad, bajo la formulación de nuevas y novedosas categorías que suplirán a las anteriores, pero que seguirán inscribiéndose en el orden de la representación, negando la posibilidad de una revisión crítica que permita, más allá del ámbito descriptivo e interpretativo, permear en las relaciones historia-política para hacer evidente la asimetría del poder y la necesidad imperante de una revisión de la noción de ciudadanía que opera como soporte del Estado-nación.

Podría pensarse que todo está perdido que, si las relaciones tradicionales de intercambio de bienes y conocimiento se conforman a la manera del capital, nada nos queda ya por hacer, más que pensar la cultura como un recurso económico más del PIB. Revisar las construcciones que se escapan a los dispositivos o por lo menos, a las condiciones de posibilidad para que éstas surjan, constituye un motivo suficiente para el despliegue, desde la praxis de este breve “recuento de daños”.

Este planteamiento que denomino *el problema de la cultura*, implica pensar alrededor de las políticas del mismo corte, como formas de enunciación del

otro y de su exclusión mediante el reconocimiento; dando como resultante, una serie de desplazamientos configurados como paradojas, en camino a la instauración de una visión/posición crítica, en torno a los fenómenos y a las políticas mismas, consignadas como derecho y parte constitutiva del ideal de nación, cuyas narrativas de identidad, heredadas de la violencia epistémica producida por las ciencias sociales, siguen constituyendo el eje fundamental para las acciones en torno a las manifestaciones culturales, tanto materiales como inmateriales.

La institucionalización de la cultura para su promoción, difusión y gestión implica la generación de narrativas que apuntan a políticas de exclusión, como ya se mencionó con anterioridad en este mismo texto. Cuestiones del orden “derechos culturales como derechos humanos”, “recomposición del tejido social”, traen consigo procesos que aíslan posibilidades subjetivas para los ciudadanos, en tanto continúan con la generación de desplazamientos discursivos basados en políticas de alteridad y alegorías de la cultura misma.

Aspectos de interés público, en el más radical significado del concepto, tienden a resolverse, al menos de manera parcial, desde ámbitos privados que establecen acciones, o bien a partir de la adopción de las mismas narrativas institucionales, pero apalancadas desde la suma de voluntades de otros sectores, o desde posibles ejercicios realizados desde los ciudadanos mismos y procesos de subjetividad en torno a su propio *locus*.

Desde una dimensión crítica, asumir las políticas culturales como políticas excluyentes, permite establecer paradojas donde las alegorías sobre la inclusión refieren más bien un panorama de exclusión, en torno a la conformación de imaginarios que posteriormente se mediatizan con éxito.

Es necesario resolver, si la cultura abarcada como dispositivo de enlace entre el Estado y el mercado, establece nuevas formas de dominación basadas en una subjetividad especular que genera poder sobre la vida y la definición de comunidad, en términos de los acuerdos que permiten la existencia en común.

Bibliografía

- Adorno T. W., & M. Horkheimer, (2007). *Dialéctica de la ilustración. Obra completa*, 3. Ediciones Akal.
- Aceituno. R. (2007). “Escritura del espacio e imaginario social”. En el Seminario: *Pensamiento, subjetividad y cultura*. ARCIS.
- Agamben, G. (2011). “¿Qué es un dispositivo?”, en *Sociológica* (México), 26 (73), pp. 249–264.
- Ángel, J. (2013). “Redefiniciones de lo popular con base en los procesos de construcción de nación. Los imaginarios y lo mexicano” en *Cambios sociales y construcción de imaginarios en México durante el siglo xx*. (pp.151–166). Colegio de Jalisco.
- Ángel, J. y Karen Cordero Reiman, coordinadoras (2015). *Imaginarios de lo popular*. Universidad Iberoamericana, Ciudad de México.
- Ángel, J. “‘Decir’ al otro. Violencia epistémica como el origen de la imposibilidad singular”, en *Estudios Críticos de la Cultura*. <http://www.estudioscriticosdelacultura.com/articulos/index/24>
- Arriaga Navarrete, Rosalinda & Claudia Rocío González Pérez. (2016). “Efectos económicos del sector cultural en México” en: *Análisis Económico*, vol. xxi, núm. 77, pp. 219–246.
- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y cultura*. México: CNCA–Grijalbo.
- Bustamante, E. (2011). *Industrias creativas: amenazas sobre la cultura digital*. Editorial Gedisa.
- Butler, J. (2004). *Lenguaje, poder e identidad*. Editorial Síntesis.
- Castro-Gómez, S. (2000). “Ciencias sociales, violencia epistémica y el problema de la invención del otro” pp. 145–162, en: Edgardo Langer compilador, *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales*. Fundación Centro de Integración, Comunicación, Cultura y Sociedad (CICCUS); Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales (CLACSO).
- Colombres, A. (2009). *Teoría de la cultura y el arte popular: una visión crítica*. CONACULTA.
- Cordero Reiman, K. (2000). “La invención del arte popular y la construcción de la cultura visual moderna en México”, pp. 67–90, en: Esther Acevedo, coordinadora,

- Hacia otra historia del arte en México. La fabricación del arte nacional a debate (1920-1950)*, CONACULTA, tomo III.
- Crovi, D. (2013). *Industrias culturales en México. Reflexiones para actualizar el debate*. Tintable–UNAM.
- De Sousa Santos, B. (2009). *Una epistemología del Sur. La reinención del conocimiento y la emancipación social*. Siglo XXI–Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Deleuze, G. (1995). “Deseo y placer.” en *Archipiélago, Cuadernos de crítica de la cultura*, núm. 23, pp. 12–20.
- . (2005). *Lógica del sentido*, Prólogo y trad. del texto Miguel Morey, trad. de los apéndices, Víctor Molina. Barcelona: Paidós–Ibérica.
- Derrida, J., S. Gaad y A. Nouss, (2006). *Decir el acontecimiento, ¿es posible?* En: Seminario de Montreal, Editorial Arena Libros.
- . (1998). *Políticas de la amistad seguido de El oído de Heidegger*. Trotta.
- Elias, N. (1989). *El proceso de la civilización. Investigaciones sociogenéticas y psicogenéticas*. FCE.
- Esposito, R., Patricio Peñalver Gómez y Pedro Luis Ladrón de Guevara Mellado, (1996). *Confines de lo político: nueve pensamientos sobre política*. Trotta.
- , (2009). *Comunidad, inmunidad y biopolítica*. Herder. España.
- , (2006). *Bíos. Biopolítica y filosofía*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- , (2006). “Lenguaje y violencia entre Benjamin y Canetti”. *Daimon Revista de Filosofía*, (No. 38), pp. 61–70.
- , (2006). *Categorías de lo impolítico* (Vol. 3005). Katz Editores.
- , & J. L. Nancy, (2007). *Communitas: origen y destino de la comunidad*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- , (2009, septiembre). “Comunidad y violencia”, *Conferencia dictada en el Círculo de Bellas Artes*, Madrid (Vol. 5).
- Fanlo, L. G. (2011). “¿Qué es un dispositivo?: Foucault, Deleuze, Agamben”. *A Parte Rei: revista de filosofía*, (74), pp. 1–8.
- Franco, J. (1997). “La globalización y la crisis de lo popular”, en *Nueva Sociedad*, núm. 149, pp. 62–73.
- Galende, F. “Que no pare de llegar. Notas sueltas acerca del otro, el acontecimiento y el porvenir”. *La invención y la herencia. Cultura, experiencia y acontecimiento*, Cuadernos ARCIS–LOM, Santiago de Chile, 1998.

- García, Luis Ignacio. (2010). "Alegoría y montaje. El trabajo del fragmento en Walter Benjamin" en *Constelaciones: Revista de Teoría Crítica*, (núm. 2), pp. 158–185.
- García Canclini, N. (1989). *Culturas híbridas: estrategias para entrar y salir de la modernidad*, México, Grijalbo.
- Giménez, G. (2014). "El retorno de las culturas populares en las ciencias sociales", en: *Cultura y representaciones sociales*, vol. 8 (núm. 16), pp. 99–136.
- Giraud, L., & Juan Martín-Sánchez, (2013). "Dos debates medulares sobre el concepto de raza, 1943–1952" en: *Revista mexicana de sociología*, vol. 75 (núm. 4), pp. 527–555.
- González Casanova, P. (2015). *Colonialismo Interno: Una redefinición. Antología del pensamiento crítico mexicano contemporáneo*. CLACSO, Buenos Aires.
- Gruzinski, S. (2001). *La guerra de las imágenes. De Cristóbal Colón a "Blade Runner"*, FCE, México.
- Guattari, F. & G. Deleuze. (2004). *El Anti Edipo. Capitalismo y esquizofrenia*. Paidós Ibérica.
- Guattari, Félix. (2013). *Líneas de fuga. Por otro mundo de posibles* (No. 321.01). Cactus.
- Hall, S. (1984). "Notas sobre la deconstrucción de lo popular", en: Ralph Samuel, *Historia popular y teoría socialista*. Crítica, Barcelona,
- Jiménez, L. (2006). *Políticas culturales en transición. Retos y escenarios de la gestión cultural en México*. CONACULTA, Dirección General de Vinculación Cultural.
- Larraín, J. (1997). "La trayectoria latinoamericana a la modernidad". *Estudios Públicos*, núm. 66, pp. 313–333.
- Llera, M., (2012). *Blanco, negro y todo lo contrario. Interpretar el laberinto de las culturas*, Anthropos, Madrid.
- Massano, Paula. (2011). "Responsabilidad de pensar el acontecimiento" en: *VII Encuentro Interdisciplinario de Ciencias Sociales y Humanas. Diálogo entre saberes: encuentros y desencuentros*, Córdoba, 1(1).
- Moreiras, A. (2001). *The Exhaustion of Difference. The Politics of Latin American Cultural Studies*. Duke University Press.
- Nancy, Jean-Luc. (2001). *La comunidad desobrada*. Arena Libros.
- Ortiz, R. (2004). *Mundialización y cultura*. Edición del Convenio Andrés Bello.
- Ossandón Buljevic, C. (2015). "Espacios públicos–privados e intelectuales". En *Anales de la Universidad de Chile, Reforma y Educación Pública*, séptima serie. (No. 7, pp. 53–49).

- Piccini, M. (1987). “Industrias culturales: transversalidades y regímenes discursivos”, en: *Diálogos de la comunicación*, (17).
- Quijano, A. (2000). “Colonialidad del poder, eurocentrismo y América Latina”, en Edgardo Langer, compilador, *La colonialidad del saber: eurocentrismo y ciencias sociales, Perspectivas Latinoamericanas*, CLACSO, Buenos Aires.
- Rama, Ángel. (1984). *La ciudad letrada*, con prólogos de H. Achugar y Mario Vargas Llosa. Hanover: Ediciones del Norte.
- Resch, C., & H. Steinert, (2011). “Industria cultural: conflictos en torno a los medios de producción de la clase culta”, en: *Constelaciones: Revista de Teoría Crítica*, (volumen 3), pp. 24–60.
- Richard, N. (2010). *En torno a los estudios culturales: localidades, trayectorias y disputas*, ARCIS–CLACSO.
- Rincón, C. (2007). *De la guerra de las imágenes a la mezcla barroca de los imaginarios en el mundo colonial americano* (Colección sin condición, núm. 12). Universidad Nacional de Colombia.
- Rincón, O. (2006). “Apagá la tele, viví la ciudad (... en busca de las ciudadanías del goce y de las identidades del entretenimiento)”, en J. Pereira y M. Villadiego, editores: *Entre miedos y goces. Comunicación, vida pública y ciudadanías*, Bogotá: Cátedra UNESCO de Comunicación/Universidad Javeriana, pp. 118–146.
- Rodríguez–Ferrándiz, R. (2011). De industrias culturales a industrias del ocio y creativas: los límites del «campo» cultural, en: *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, vol. XVIII, (núm. 36), pp. 149–156.
- Roniger, L., & P. Yankelevich, (2013). “Exilio y política en América Latina: nuevos estudios y avances teóricos”, en: *Estudios Interdisciplinarios de América Latina y el Caribe*, vol. 20 (núm. 1).
- Saidel, M. (2015). “Consideraciones sobre lo común en las reflexiones de Esposito, Agamben, y Hardt y Negri” en: *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo (RICD)*, vol. 1 (núm. 1), pp. 99–115.
- Sayre, S., & C. King, (2003). *Entertainment and Society: audiences, trends and impacts*. SAGE Publications.
- Secretaría de Educación Pública (SEP) (1977). “Plan Nacional de Educación. Planteamiento inicial”, México, D.F. Anuies en: anuies.mx/pdfs/Revista22_S3A1ES.pdf.

- Semo, I. (1995). “Democracia de élites versus democracia societal: los paradigmas de la pretransición mexicana” en Ilán Semo, *et al.*, *La transición interrumpida*. México, 1968–1988., Universidad Iberoamericana–Nueva Imagen.
- Stiegler, Bernard. (2005): “El deseo singular. Conversación con Jean–Christophe Planche” en: *A Parte Rei. Revista de Filosofía*, núm. 74, marzo de 2011, (Publicada originalmente por *Les Cahiers du Channel*, n° 17, febrero del 2005). Universitat Autònoma de Barcelona. Traducción, presentación y notas de Jean–Christophe Martin.
- Thwaites Rey, M. editora, *et al.*, (2012). *El Estado en América Latina: Continuidades y rupturas*. ARCIS–CLACSO.
- Van Dijk, T. (2009). *Discurso y poder. Contribuciones a los estudios críticos del discurso*. Gedisa.
- Vich, V. (2014). *Desculturar la cultura: la gestión cultural como forma de acción política*. Siglo XXI Editores.
- Wright von, Georg Henrik. (1998). *Explicación y comprensión*. Madrid, Alianza Editorial.
- Yúdice, G. (2002). *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*, Barcelona: Gedisa.
- Zaid, G. (2013). *Dinero para la cultura*. Debate.
- Žižek, S. (2003). “Multiculturalismo o la lógica cultural del capitalismo multinacional” en: Fredric Jameson y Slavoj Žižek, *Estudios culturales: reflexiones sobre el multiculturalismo*, Paidós, Bs. As.

EL PERIODISMO CULTURAL Y LA CÓMODA JAULA DE LA CULTURA
INSTITUCIONALIZADA. POR UN PERIODISMO CRÍTICO ANTE LA NARRATIVA
HEGEMÓNICA DE LA CULTURA EN IBEROAMÉRICA

SERGIO RODRÍGUEZ BLANCO¹

1. Introducción

Particularmente en los grandes países de Iberoamérica, como México, Colombia y Argentina, también en España y en Brasil, hay una tradición del Estado como auspiciador de la cultura y como productor de información cultural. Las manifestaciones artísticas promovidas con dinero público, los congresos organizados y subvencionados por instituciones nacionales e internacionales, el aparato de funcionarios y los subsidios a la cultura saturan de información las agendas de los medios. Cada día llegan a las redacciones y a los correos de los periodistas independientes decenas de invitaciones a ruedas de prensa, ofertas de entrevistas exclusivas para la celebración de tal o cual concierto, pues existe todo un aparato de funcionarios y colaboradores especializados en comunicación institucional que se encargan de la relación de la dependencia cultural con los medios. En México, además, las propias instituciones culturales han promovido durante décadas la publicación de libros sobre periodismo cultural, como la *Colección Periodismo Cultural* de la Secretaría de

¹ Investigador, periodista, ensayista y docente universitario. Perteneció al Sistema Nacional de Investigadores de México. Es autor de los libros *Alegorías capilares* (Trilce y UANL, 2011) y *Palimpsestos mexicanos. Apropiación, montaje y archivo contra la ensoñación* (Centro de la Imagen, 2015). Ha recibido el Premio Nacional Bellas Artes Luis Cardoza y Aragón, el Premio Nacional de Ensayo sobre Fotografía y la Medalla Alfonso Caso de la UNAM a la mejor tesis de doctorado en el área de Humanidades. Trabaja el análisis crítico de los regímenes discursivos, narrativas y representaciones visuales y textuales de la realidad a través de los cruces y promiscuidades entre periodismo, fotografía, documento y arte contemporáneo. Ha trabajado problemáticas de hegemonía cultural, migración, violencia, identidad y construcción de imaginarios. Es académico-investigador en la Universidad Iberoamericana, donde imparte los seminarios de posgrado "Periodismo narrativo" y "Memoria, documento e imagen". Ha publicado, entre otros medios, en *Reforma*, *Gatopardo*, *Código*, *La Tempestad*, *Nexos*, *Caín*, *El Malpensante* (Colombia) y *El Nuevo Día* (Puerto Rico).

Cultura Federal (antes CONACULTA), que desde 1993 ha publicado más de 70 títulos², y han seleccionado lo que, a ojos de la institución, vale la pena ser preservado. Además, no hay que olvidar que el Estado en sus distintos niveles (federal, estatal y local) se anuncia en estos mismos medios y, en cierta medida, colabora para mantenerlos.

El que parece un cómodo grifo inacabable de información institucional sobre la cultura es también una jaula de la que es difícil salir porque tiene un candado de doble llave: por un lado, la institución produce información y, de este modo, marca la agenda de lo que debe cubrirse, y por otro, la misma institución construye y comparte endogámicamente una forma de abordar, entender y narrar la producción cultural que ella fomenta, y que, además, busca difundir y legitimar a través del periodismo cultural publicado en los medios.

No hay que olvidar que, como ha afirmado Silvia N. Barei (1999), el periodismo cultural tiene una función política porque con el mero acto de escoger o descartar una cobertura, determina qué producciones materiales de la cultura son susceptibles de ser leídas (literatura), vistas (cine, teatro, espectáculos, exposiciones, congresos) o escuchadas (conciertos, programaciones musicales) e, idealmente, a la vez muestra las directrices fundamentales de las ideologías sociales en pugna, en tanto voces ocultas tras un tipo de saber especializado, pero fuertemente reglado por lo que Barei llama la “economía de mercado”. A este respecto, es significativo que varios estudios de prensa cultural realizados en los últimos años en distintas latitudes hayan llegado a una conclusión similar: el periodismo cultural se limita cada vez más a reflejar la agenda de la industria cultural moderna (Kristensen, 2010; Rubiano, 2006; Barei, 1999). Por ejemplo, en un análisis realizado en Colombia (Rubiano, 2006) sobre los contenidos de las páginas culturales de *El Tiempo*, *El Espectador*, *Semana* y *Cambio* el autor concluye que en lugar de enunciarse como un ejercicio crítico, el periodismo cultural muestra un talante de puro divulgador cultural, más acentuado en el caso de la prensa debido a su variado registro informativo: “Se co-

² Según la información de la página *web* de esta colección, sus funciones son: “preservar memoria periodística de los reporteros de cultura; profundizar y guardar memoria de los procesos creativos; permitir el análisis de las políticas culturales y hablar de los mercados y contextos en que se desarrollan las diversas disciplinas artísticas”. Ver <https://www.gob.mx/cultura/documentos/coleccion-periodismo-cultural> (fecha de consulta 15/06/2017).

menta lo que se vende. [...] escenario, butaca y ticket; la cultura entendida como evento, como objeto más que práctica. Y queda claro el papel que cumple el comentarista: experto informante de las cositas de la cultura que el mercado pone a circular en el catálogo” (Rubiano, 2006, p. 141). Del otro lado del Atlántico, un estudio similar sobre la prensa cultural danesa (Kristensen, 2010), deduce que en el contenido de varias piezas periodísticas revisadas no parece existir una separación entre periodismo y relaciones públicas, de forma que el periodismo cultural ofrece entretenimiento, más que cultura.

Es decir, en contextos casi opuestos (Colombia es un país con la cultura centralizada por parte de las instituciones públicas, mientras que Dinamarca se rige por un modelo más liberal), las investigaciones destacan el peso del mercado sobre los contenidos generados por los periodistas culturales.

Sin embargo, las investigaciones sobre periodismo cultural no hacen hincapié suficiente en que el mercado no comprende sólo el capital cultural que se mueve en espacios empresariales y comerciales y genera beneficios, sino también —y particularmente en Latinoamérica— a la cultura subsidiada por las instituciones públicas, mismas que están obligadas a justificar y legitimar por qué gastan el dinero en una propuesta cultural y no en otra.

Al relacionar el periodismo cultural con la banalización de los contenidos propiciada por el consumo neoliberal, en cierto modo todas estas investigaciones académicas resucitan dos añejas y desfasadas oposiciones que siempre aparecen cuando se habla de periodismo cultural: por un lado, la diatriba entre *baja cultura* (de masas o popular) y *alta cultura*; y por otro, la separación artificial entre la función creativa (que ejerce una real influencia en la configuración de las ideas y el gusto) y la función reproductiva (que sólo reproduce pero no aporta modos contradictorios) del periodismo cultural (Rivera, 2000, p. 21).

Es cierto que el periodismo cultural se ha visto afectado por un fenómeno inversamente proporcional entre cultura y consumo propio de la globalización: mientras las producciones tradicionales de la cultura son comunicadas y discutidas como bienes de consumo, los productos funcionales son presentados como artefactos culturales cuyo valor estriba más en su carga simbólica que en su uso funcional, o como argumenta Jansson (2002, pp. 6–7) “mientras la economía se

culturaliza, la vida cultural se comercializa (...) por lo que no es posible establecer una relación sustancial entre ambas”. Sin embargo, volver a la distinción tradicional entre alto y bajo³ —es decir, poner en un extremo las producciones culturales “serias” para contraponerlas con la cultura popular y de masas en la que se incluye la cultura los medios de comunicación y la publicidad—, es eludir que, en realidad, lo alto está tan sujeto a las presiones del mercado como lo bajo (Huyssen, 2010, p. 38).

En su libro—manual *El periodismo cultural*, prácticamente el único existente sobre el tema en español, el argentino Jorge B. Rivera (2000) ya había identificado cómo los suplementos culturales de gran circulación —que él opone a las pequeñas revistas literarias dirigidas a una elite— han quedado reducidos al “papel periférico de divulgador que debe adecuar su tratamiento a otro tipo de reglas de juego sospechadas a su vez de ser vehículos de superficialidad y banalización” (Rivera, 2000, p. 17).

No hay que olvidar que antes de recibir el apellido “cultural”, el periodismo cultural es periodismo. Aunque pueda enfatizar aspectos ligados al entretenimiento o reportear las actividades y opiniones de los que ostentan el poder, el periodismo deja de serlo si su función primaria no es proporcionar a los ciudadanos las herramientas para entender el mundo y para comprender su posición dentro de éste (Richardson, 2007, p. 7). Hacer hincapié en la oposición periodismo—consumo o periodismo—banalización, como han evidenciado las mencionadas investigaciones, pone en segundo plano la verdadera problemática que, desde mi perspectiva, subyace en la tendencia divulgativa y de entretenimiento del periodismo cultural en Iberoamérica: el periodismo cultural —particularmente el informativo y el interpretativo— no está atendiendo las relaciones transversales entre la cultura popular, las culturas minoritarias, la alta cultura (tanto tradicional como moderna) y la cultura propia de los medios de comunicación, sino que más bien está legitimando de forma acrítica las agendas y discursos hegemónicos construidos desde las instituciones culturales, y también, pero sólo en segundo lugar, desde las empresas.

³ Para comprender cómo funciona el mercado cultural en su versión latinoamericana, mucho más desarrollado y complejo que esa dicotomía reduccionista de lo alto y lo bajo, para Huyssen sigue siendo necesario “un enfoque crítico de la dimensión estética de toda la producción icónica, musical y lingüística” (Huyssen, 2010, p. 37).

Desarrollaré un análisis crítico del discurso textual/visual a partir de dos ejemplos de coberturas periodísticas culturales: el primero es el Congreso Internacional de la Lengua Española (CILE) celebrado en Puerto Rico en 2016, y el segundo es la cobertura periodística en el Foto Museo Cuatro Caminos de la Ciudad de México, de la exposición *Enrique Metinides. El hombre que vio demasiado* (20 de febrero al 15 de mayo de 2016). Con base en el análisis, al final, me permitiré enunciar algunos consejos para que el periodista cultive su recelo y no absorba acríticamente la información institucional hegemónica. En este trabajo, retomaré la noción de hegemonía de la tradición gramsciana que adoptó Jesús Martín-Barbero (1987) en sus trabajos sobre poder y cultura, particularmente en el libro *De los medios a las mediaciones* en donde la hegemonía no se entiende como una estrategia de coerción unívoca o de represión (ejecutada por el poder o por los medios) sino como un proceso de interpelación, de seducción y de complicidad, lo que introduce en la discusión la propia agencia de los sujetos dominados (la sujeción o la resistencia a la sujeción) y la producción y representación de las subjetividades (subjetivación).

2. La sombra del cliché es alargada. Periodismo cultural como resistencia en el Congreso Internacional de la Lengua Española en Puerto Rico

Era 2011 y, en mitad de una fábrica textil en desuso en San Agustín Etlá, en Oaxaca (México) quince periodistas culturales (trece mexicanos, un peruano y una española) rodeaban al escritor puertorriqueño Héctor Feliciano, que impartía el taller “Narrativas en periodismo cultural” organizado por la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano y varias dependencias mexicanas. Yo también estaba presente como relator, por eso me permitiré narrar parte de la escena. Su voz caribeña reverberaba en la sala de ventanas selladas:

“Presten atención a la guayaba, porque la guayaba fue la primera fruta de América descrita en cualquier idioma occidental”: nos dijo.

Y Feliciano contó esta historia: en 1493, el monje Fray Ramón Pané, después de pasar un año en la isla de Santo Domingo, regresó a la Península Ibérica para describir la guayaba, una delicia nunca antes probada, como una fruta semejan-

te al membrillo español. Pané, que podríamos considerar el primer cronista de América, sólo pudo entender y explicar una realidad diferente a la suya en comparación con la propia. Así, con esa misma retórica, un laúd asiático se describirá como un instrumento que se parece a una guitarra española, y un nuevo narrador latinoamericano será definido por la crítica anglosajona como una mezcla entre Proust y Joyce, o entre Hemingway y Paul Auster. Lo otro es exótico, lo mío es normal (Rodríguez Blanco, 2011). Feliciano, un autor premiado por la Universidad de Columbia por encontrar los cuadros robados en el holocausto en su libro *El museo desaparecido*, insistió en Oaxaca en que esas primeras crónicas de América marcaron una tendencia: la de volver al lugar de origen para decir: “qué rara es esa gente y qué normal soy yo”.

Pasan cinco años. Puerto Rico, 2016. Acto inaugural del séptimo Congreso Internacional de la Lengua Española en donde el mismo Héctor Feliciano ha fungido como el promotor del foro de la lengua que muchos temían que se convirtiera en un evento político, debido al problema no sólo lingüístico sino colonial de la isla.

El encuentro, en el que estuve presente como parte del público, se abrió con un par de discursos de vocación más arqueológica que literaria, entre ellos el de Víctor García de la Concha, director del Instituto Cervantes, una de las entidades organizadoras junto con la RAE, la Asociación de Academias y el Gobierno de Puerto Rico. De la Concha especificó que por primera vez el CILE se celebraba fuera del ámbito de la comunidad iberoamericana de naciones, dando por sentado que Puerto Rico forma parte de Estados Unidos. En realidad, esta declaración está eludiendo el problema político de la isla, que no es un estado de la federación norteamericana, sino un estado libre asociado, es decir, una colonia en pleno siglo XXI. Es un territorio de Estados Unidos, pero no es exactamente Estados Unidos, y desde luego, no lo es en el imaginario de sus habitantes.

El escritor puertorriqueño Luis Rafael Sánchez subió a continuación al estrado e insufló un aliento iconoclasta al pedestal marmóreo del idioma. Sánchez primero se apropió de las coplas de Jorge Manrique (uno de los padres de la literatura en español) para situar al bolero a la altura de la décima y del soneto; después hizo referencia al hecho de que media Centroamérica viaja hoy a

Estados Unidos sobre el techo de la Bestia, el tren mexicano que simboliza el negocio de la migración de unos indocumentados que no son tan distintos de los sirios que ocupan las noticias. Sánchez exigió entonces que el diccionario de la RAE admitiera la palabra *puertorriqueñidad* para poder definir la calidad de lo que es privativo de la isla de Puerto Rico. Obsérvese aquí cómo Sánchez está enunciando la idiosincrasia de la isla desde la tradición cultural hispana (la tradición literaria) y nótese la forma en que está reivindicando como un acto político el incluir una palabra en el diccionario, como si esto fuera una pequeña conquista de la isla dentro del español. Sánchez culminó su discurso con un *leitmotiv* reapropiado del título de una novela del español Miguel Delibes *La sombra del ciprés es alargada*: cuando se habla de Puerto Rico, dijo Sánchez: “la sombra del cliché es alargada”.

Tras la ovación a Sánchez, el rey de España, Felipe VI, quizá el más esperado por el público, agradeció la hospitalidad isleña e hizo un guiño sobre la importancia de la *puertorriqueñidad*. Recibió un aplauso por ello. Luego bajó la vista, regresó al protocolo y leyó el papel que tenía delante: “La Reina y yo sentimos una gran alegría por viajar nuevamente a los Estados Unidos de América y por hacerlo poco después de haber visitado la Florida”. Y después agregó: “(En Puerto Rico) todo hace que un hispano se sienta en su propia casa. Empezando por nuestra lengua, que alternando con el inglés, hoy tiene un acento que se me antoja entre andaluz y canario”.

Hasta aquí mi narración del acto inaugural. Nótese cómo su discurso volvió a enunciar la narrativa institucional que insistía en presentar políticamente a Puerto Rico como parte de Estados Unidos, y a considerar, a la vez, culturalmente, a Puerto Rico como parte de la hispanidad, sólo que con una comparación desafortunada, pues el acento de Puerto Rico, a oídos de Felipe de Borbón y Grecia, quedó reducido a un cruce entre Sevilla y Tenerife. Es exactamente la misma estrategia retórica de Pané en 1493. En contraste, el poeta español Juan Ramón Jiménez, durante su exilio después de la Guerra Civil Española en los años cuarenta, no cayó en el estereotipo de describir esta tierra como una Ibiza de ultramar, sino que le dedicó un poemario titulado *Isla de la simpatía* al lugar que lo acogió. Pero, en el CILE, para muchos puertorriqueños, el rey acababa

de devolver de un plumazo la mirada imperialista a este rincón del Caribe que, por cierto, lleva hablando español el mismo tiempo que la ciudad andaluza de Granada, que fue “reconquistada” a los musulmanes en 1492.

Sea como fuere, en menos de 24 horas, la palabra “puertorriqueñidad” fue incluida en la versión en línea del DRAE.

A consecuencia de todas estas declaraciones, el diario *El Nuevo Día*, el más importante de la isla, publicó dos textos al día siguiente en sus páginas culturales: una nota informativo–interpretativa y una columna de opinión.

El texto informativo–interpretativo fue escrito por Mariela Fullana (2016) y en él, la periodista destacó la inclusión de la palabra puertorriqueñidad en el DRAE:

“Si alguien todavía duda del poder de la palabra puede buscar inmediatamente la versión en línea del Diccionario de la Real Academia Española, que acaba de aceptar desde hoy la palabra puertorriqueñidad. El registro digital ha sido el efecto inmediato del *genial discurso* que ofreció el lunes *nuestro escritor* Luis Rafael Sánchez en la sesión inaugural del VII Congreso Internacional de la Lengua Española (CILE), donde puso la “puertorriqueñidad” en boca de todos”. (Fullana, 2016).⁴

En el texto se evidencia cómo la periodista tomó partido y manifestó claramente su lugar de enunciación⁵ y su empatía a favor del discurso de Sánchez al calificarlo como “genial” y al llamarlo “nuestro escritor”. Además, la autora incluyó ciertos datos de contexto, por ejemplo, no dio por sentado que los lectores conocían que en 2009 el Instituto de Cultura Puertorriqueño (ICP) había llevado a cabo gestiones para la defensa del término “puertorriqueñidad” ante la Real Academia Española (RAE), que en 2014 incluyó la palabra en la vigésimo tercera edición impresa del diccionario, pero no en la digital. De todas las informaciones que podría haber escogido, Fullana prefirió centrarse en la conquista lingüística entendida como conquista política lograda por el escritor puertorriqueño, y no

⁴ Las cursivas son mías para evidenciar la empatía de la periodista.

⁵ En periodismo pueden distinguirse tres distancias para marcar el lugar de enunciación: (1) el autor y el público comparten el contexto y han vivido juntos el hecho; (2) el autor y el público comparten el contexto, pero el público no conoce el hecho y (3) el autor y el público no comparten el contexto ni el hecho, por lo que el autor debe explicar ambos. En este caso, el texto de Fullana se encontraría en la distancia 2

mencionó en su texto las declaraciones coloniales y pro Estados Unidos de De la Concha ni del rey Felipe VI.

Toda la parte que no aparece en el texto de Fullana está, en cambio, en la columna que publicó el mismo día el escritor puertorriqueño Eduardo Lalo (2016), ganador del prestigioso premio Rómulo Gallegos en 2013, un hombre más dedicado a la escritura literaria que al activismo político. En su columna *Isla en su tinta*, refiriéndose al rey y a De la Concha, criticaba la "imprudente barbarie" de unos funcionarios que sacaron a Puerto Rico de su ámbito natural y cultural. Lalo expresaba lo siguiente en su texto:

"Ignorar olímpicamente el grave problema político de Puerto Rico, del que también son responsables tanto España como Estados Unidos, es cuanto menos un acto de inconsciencia o ignorancia y, además, una violencia dirigida a nosotros que somos sus anfitriones. (...) Ni la cultura ni la lengua son adornos para nosotros. Constituyen lo que nos ata a la vida y lo que nos permite día a día luchar encarnizadamente contra las condiciones históricas que hemos padecido y que aún padecemos. (...). Creo que no exagero cuando afirmo que no hay un país más hispanohablante que el nuestro, porque ninguno de nuestros hermanos ha sufrido las constantes agresiones culturales a las que nosotros hemos sabido sobrevivir." (Lalo, 2016).

A ojos de Lalo, la sombra del cliché que mencionaba Sánchez aparece tan alargada que alcanza también a quienes, como los funcionarios y como el rey, tal vez de buena fe, tal vez con intereses políticos, viajaron miles de kilómetros con total desconocimiento de la realidad puertorriqueña para gritar a los cuatro vientos la dimensión panhispánica de *El Quijote*. A pesar de que el setenta por ciento de las actividades del Instituto Cervantes se refieran a la "hermana América Latina", según la definió su director al principio del acto inaugural del séptimo CILE, es evidente que aquí la mirada institucional sigue siendo la de Pané con la guayaba: un centro que ve a su hermano lingüístico y cultural como el *otro*, como la periferia. Cualquiera que haya probado una guayaba y un membrillo sabe que esta comparación no le hace justicia a la jugosa fruta tropical.

Sin embargo, en realidad la reacción de las páginas culturales del medio puertorriqueño no podría calificarse exactamente de verdaderamente crítica

ni insurrecta, sino que más bien fue lógica, tanto por parte de la periodista como del columnista. Se trataba de un congreso internacional donde personas extranjeras, funcionarios de otros países de habla española, se presentaron con discursos que tambalearon el imaginario cultural puertorriqueño. Al tratarse *El Nuevo Día* de un medio destinado al público de la isla, la crítica “no me parece correcto que los de fuera vengan a decirme cómo soy yo” fue bien recibida por el público local porque coincidía con su sentir. Si el discurso de la puertorriqueñidad fue retomado en la prensa informativa, en la columna de opinión se le dio peso al carácter político de las palabras del Rey. Ambos temas y ambos abordajes forman parte de la agenda puertorriqueña, con lo que en realidad, escribirlos no es arriesgado porque coincide en gran medida con la retórica hegemónica en Puerto Rico acerca de la forma en que se vive el idioma y la cultura.

Cada medio periodístico, como actor social y político, construye representaciones del poder y la sociedad en donde opera. Como formadora de opinión y constitutiva del campo político, la prensa en general, y la prensa cultural en particular, puede cuestionar o consagrar a elites políticas y culturales, poner en tensión o legitimar prácticas (Kircher, 2014). Éste es un ejemplo de cómo el periodismo critica y se resiste ante un discurso que viene a deslegitimar la narrativa hegemónica de su contexto local. Pero el discurso criticado es externo y ajeno a su propia construcción cultural y a su imaginario. Es decir, la crítica de Lalo (la responsabilidad de la situación política actual es de España y de Estados Unidos) y el texto de Fullana (es positivo que la palabra puertorriqueñidad sea aceptada en el idioma español), en realidad, alimentan la autorrepresentación de la minoría puertorriqueña, que ha construido su identidad precisamente como resistencia a la narrativa hegemónica estadounidense. Sin embargo, ninguno de los dos textos cuestiona la narrativa puertorriqueña (por ejemplo, los textos no revisan los avatares históricos que en el siglo XIX llevaron a España a entregar Puerto Rico a Estados Unidos), por lo que, en sí, es una resistencia indulgente con su propia narrativa local, incluso una resistencia militante.

3. Metinides, un Hitchcock a la mexicana. De cómo el periodismo cultural absorbe la narrativa mainstream

Cuando la cultura material de la llamada “periferia” es absorbida, reconfigurada y legitimada desde el “centro”, escucharemos que el habla de Puerto Rico es una mezcla entre el andaluz y el canario, como vimos. También leeremos una y otra vez que el fotoperiodista mexicano Enrique Metinides (Ciudad de México, 1934) es un Hitchcock a la mexicana.

El contexto es el siguiente: desde que su obra fue “descubierta” en Estados Unidos en 2007, primero en la galería Blum&Poe de Los Ángeles y poco después en la Anton Kern de Nueva York, y tras la inclusión de su trabajo en la colección permanente del Museum of Modern Art de la misma ciudad, Metinides ha quedado encasillado en la idea de que sus composiciones se acercan más al cine de ficción (particularmente al *film noir*) que al fotoperiodismo, debido al uso de encuadres panorámicos capturados con gran angular y al alto impacto emocional de sus imágenes de sangre. Sin excepción, cada vez que hay una nueva exposición del llamado “amo de la nota roja”, sea en México o en el extranjero, el discurso curatorial repite hasta la saciedad que en las imágenes de Metinides la realidad aparece supuestamente capturada “como si fuera una película”.

Este fenómeno tiene que ver con la legitimación de la cultura local (la fotografía de Metinides) en circuitos internacionales (el MoMA) y la forma en que la periferia (en este caso México) absorbe el discurso construido desde fuera. En este caso, las instituciones culturales han sido tradicionalmente complacientes, sobre todo cuando se “descubre” la obra de un autor que en la cultura local había pasado prácticamente inadvertido, como fue el caso de Frida Kahlo reconfigurada por las feministas neoyorquinas en los ochenta, por ejemplo.

No fue la excepción la exposición *El hombre que vio demasiado. Enrique Metinides* (Fotomuseo Cuatro Caminos) curada por Trisha Ziff e Isabel del Río e inaugurada en febrero de 2016. Desde la entrada, el texto de sala insistía en vincular la intención de sus fotografías con la estética de cierto cine de Hollywood:

“Sin ninguna preparación en particular e influenciado por las películas de gánster de los años cuarenta y del *cine noir*, (Metinides) se volvió un gran

reportero gráfico y fotógrafo. Cuando cubría una nota buscaba lograr escenas de películas y trabajaba para recrear escenarios similares en la vida real”.⁶

No pretendo negar aquí que las imágenes de Metinides pueden dialogar con estas estéticas, pero existen muchas otras ópticas para explorar su trabajo —original y genuinamente mexicano— más allá de leerlo a partir de su inspiración en corrientes de culto norteamericanas. Para empezar, esta forma de enunciar su trabajo borra más de dos siglos de tradición sobre información policiaca en la prensa mexicana: basten como ejemplos del siglo XIX el *Libro Rojo* de Vicente Riva Palacio, basado en sucesos históricos violentos o las ilustraciones de José Guadalupe Posada en el porfiriato para hablar de crímenes y bandidos.

Veamos a continuación la forma en que el periodismo cultural de la Ciudad de México informó sobre esta exposición. Prácticamente una docena de textos publicados en los periódicos y revistas principales repitieron el mismo discurso institucional con mínimas variaciones a partir de la rueda de prensa ofrecida por el museo. En la conferencia, se incluyó también una entrevista grupal con Metinides, que, al parecer, ya ha asumido también la lectura curatorial neoyorquina de su trabajo como fotoreportero de la fuente policial durante cinco décadas en diarios como *La Prensa*, *Zócalo*, *Crimen y Alarma*. La anécdota repetida por él hasta la saciedad es que en los años cuarenta su padre, un inmigrante griego, le regaló una cámara Brownie Junior (exhibida en la muestra con su flash original) y varios rollos. Metinides volvió a narrar en esta rueda de prensa que lo primero que hizo al tener la cámara en la mano fue recorrer la ciudad en busca de imágenes como las que veía en las películas de acción en los cines de barrio, hasta que un día el fotógrafo Antonio Velázquez, de *La Prensa*, lo invitó a ser su ayudante. Cuando tenía apenas 11 años, una fotografía suya se publicó en primera plana. Por lo precoz de sus logros, empezaron a llamarle “el niño”.

Veamos cómo quedó plasmada la exposición en la prensa cultural. La periodista Lourdes Zambrano (2016), del diario Reforma, arrancó su nota “El hombre que habla demasiado”, surgida de la rueda de prensa, con un guiño irónico sobre el hecho de que Metinides no paraba de hablar, pero después no le dio seguimiento a la anécdota y se limitó a reproducir el discurso curatorial:

⁶ Fragmento del discurso curatorial impreso en la pared que daba acceso de la exposición.

“Una de las claves de su trabajo fue darle lugar a los mirones. *‘Eso lo aprendí de las películas de gánsters que veía en el cine.’* Ésas fueron a las que emulaba cuando empezaba a tomar fotos en su infancia.” (Zambrano, 2016).⁷

El periódico Excélsior dedicó una extensa nota retomada por diarios internacionales como el catalán *La Vanguardia* (2016), en donde se volvió a construir el mito de Metinides a partir de su relato sobre el cine:

“Todo empezó con las películas, reconoce. Entonces vivía en la calle de Vizcaínas y cada domingo iba a los cines de San Juan Letrán para ver las películas policiacas, con las persecuciones, los incendios y las balaceras que tanto le emocionaban (...). Y aunque reconoce que nunca imaginó que éstas tuvieran un valor artístico, afirma que la idea de captar al mirón sí es suya, pues la descubrió en las películas de matones” (La Vanguardia, 2016).

Lo mismo sucede en la nota del sitio web de la revista *Proceso*, que también repitió el mismo discurso curatorial, que coincidía con las palabras de Metinides:

“Fotógrafo autodidacta, ha manifestado que su formación se dio en las calles de la ciudad y su influencia por el cine americano, especialmente por las películas de gánsteres, fundamentalmente (...). Las palabras de Metinides que acompañan la muestra ponen muy en claro cómo funciona su trabajo: ‘He visto incendios y explosiones, todo tipo de desastres, tanto naturales como los causados por errores del hombre. En las películas, cuando había un tiroteo o un accidente, se veía a muchos extras en la escena. Así que copié esto en mis fotografías’” (Leñero, 2016).

La revista *Cuartoscuro* (2016) en una reseña sin firmar, insistía en la misma idea:

“Sin ninguna preparación en particular e influenciado por las películas de gánster de los años cuarenta y del cine noir, se volvió un gran reportero gráfico y fotógrafo”.

El mismo discurso, de forma más coloquial, apareció también en la reseña sin firmar de la revista *Chilango* (2016):

⁷ Las cursivas en el interior de ésta y las siguientes citas son de mi autoría para señalar con mayor claridad la repetición de la narrativa hegemónica.

“Por si aún no conoces quién es Enrique Metinides, te platico que publicó su primera fotografía a los 11 años en el periódico *La prensa*, por esto recibió el apodo de ‘El niño’. Sin formación en fotografía más que *su afición por películas americanas, especialmente las de gánster*, y siempre acompañado de su cámara box Brownie Junior, logró captar escenas que narraban más allá del suceso en sí.”

En un sentido similar, la reseña-artículo del intelectual y periodista Jesús Silva-Herzog Márquez (2016) en la revista *Letras libres* vuelve a insistir en la influencia del cine norteamericano:

“Sus fotos eran el *remedo de las películas de gánsters que veía en el cine*. No le atraían los superhéroes ni los vaqueros sino los ladrones, los mafiosos, los heridos, los policías.” (Silva-Herzog, 2016).

La revista *Página 12* dedicó un texto informativo-interpretativo extenso firmado por Romina Resuche (2016) donde volvió a aparecer la idea del mirón como una consecuencia de su gusto por las películas de asesinatos:

“Para alimentar su caudal de imágenes de referencia y afrontar la espectacularidad de su género, *Metinides se nutrió del cine*. *‘Veía muchas películas de aquel tiempo: de aventuras, de gánsters, de episodios policíacos. Entonces yo tomaba mis fotos como si fuera una película’*”, explica. Así moldeó la estética de su autoría fotográfica inconsciente, prescindiendo del horror, pero no del dolor para las representaciones que le pedían.” (Resuche, 2016).

Los textos informativos que no insistieron en el influjo del cine en la fotografía de Metinides se centraron, en cambio, en establecer una relación algo artificiosa entre la exposición *El hombre que vio demasiado* con la otra exposición que el Foto Museo Cuatro Caminos inauguró de forma paralela en otras salas del recinto: la de los hermanos Witkin. Ambas muestras fueron difundidas en la misma rueda de prensa, donde también participó el fotógrafo Pedro Mayer, director de la fundación que lleva su nombre y una de las autoridades en el Foto Museo. La mera comparación entre ambas exposiciones constituyó la entrada de la nota “Llegan Metinides y Witkin & Witkin al Foto Museo Cuatro Caminos” publicada en *La Jornada* (Martínez Torrijos, 2016), y lo mismo sucedió

en las notas de *El Economista* (Cisneros, 2016) y en otra distinta de *Excélsior* (Sánchez, 2016), que coincidieron en proponer un punto de vista meramente divulgador y lleno de estereotipos que evidencian la falta de profundización, como se ejemplifica en la entrada del texto de *Excélsior*:

“¿Dónde surge una fantasía? Los tres artistas que están por exponer en el Foto Museo Cuatro Caminos no usan correo electrónico, Twitter ni Instagram, pero no les ha hecho falta para inventar mundos que proponen nuevas ilusiones. Enrique Metinides, fotógrafo que desde hace más de 50 años ha trabajado con la nota roja en México, captó como pocos ‘la mirada del mirón’, del que no puede dejar de ser fisgón; Jerome Witkin eligió la narrativa que podía ofrecer el lienzo; su gemelo, Joel-Peter, gusta de congelar los ensueños de su mente.” (Sánchez, 2016).

La relación entre las dos muestras presentadas en la misma rueda de prensa se encuentra también en el texto de Leticia Sánchez Medel (2016) publicado en *Milenio*, con la salvedad de que la periodista miró las fotografías y presentó un enfoque más original que el de otros textos: la exhibición por primera vez de las imágenes de la balacera ocurrida el 7 de julio de 1952 contra los manifestantes de la Federación de los Partidos del Pueblo Mexicano (FPPM), por parte de simpatizantes del Partido Revolucionario Institucional. Sin embargo, esta información ocupa sólo el primer párrafo, se le atribuye a una de las curadoras y no se le da mayor seguimiento en el resto del texto.

De los 12 textos periodísticos rastreados, el único que buscó cuestionar el discurso es un texto interpretativo y con intención crítica: el artículo “Enrique Metinides y los iconos del naufragio” de Fernando Melchor (2016) publicado en el sitio *Horizontal*. El texto se pregunta desde el principio si el corpus de obra representa el trabajo de un maestro o si más bien es la reproducción de una estética popular, la de la nota roja:

“En un intento por explicar las aportaciones de Metinides al campo del arte, de valorar este en el contexto del mercado internacional y de justificar la presencia de un fotógrafo sensacionalista en el Museo, las curadoras de *El hombre que vio demasiado* se limitan a repetir una serie de discursos de singularidad y de comparación ya empleados (a menudo sin justificación) por

los curadores y críticos que han estudiado a Metinides a lo largo de estos últimos veinte años. (...) Y aunque en el texto curatorial se refieren a ciertas cualidades que indican la presencia de una estética deliberada —Metinides está “influenciado por las películas de gánsteres de los años cuarenta y del cine noir”, señalan escuetamente; sus imágenes poseen un “estilo propio”—, no hay elementos en el montaje curatorial que exploten estas supuestas cualidades estéticas específicas.” (Melchor, 2016).

Es decir, la gran diferencia entre este artículo y las otras 11 notas es que no reproduce acríticamente el punto de vista curatorial, sino que lo cuestiona. Probablemente, una de las preguntas que los periodistas podrían haberles hecho a las curadoras de una muestra del llamado “artista del desastre” que justifica el valor estético de las fotografías de Metinides en la adaptación a los parámetros de cierto cine *mainstream* con algunas variaciones exóticas, es por qué no se dieron a la tarea de incluir en la exposición fotogramas concretos de estas películas norteamericanas. De haber hecho esto, probablemente habrían encontrado que algunos filmes de Luis Buñuel como *Los olvidados*, el Cine de Oro mexicano e incluso el de Cantinflas también utilizaban planos generales y composiciones llenas de acción y drama. Y no sólo se usaban en la ficción: las tomas de contexto también son propias del fotoperiodismo mexicano desde los tiempos de los hermanos Mayo.

Reducir más de 45 mil negativos de Metinides —capturados para prensa sensacionalista— al lugar común de que cualquier análisis sobre su obra debe partir de la impregnación de ciertas estéticas hollywoodienses es un discurso claramente construido desde de las narrativas hegemónicas, en este caso de Nueva York. Como ha señalado Christopher Phillips (Debroise, 2005), los encargados del departamento fotográfico del MoMA —creado en 1940— han sido durante décadas “orquestadores de sentidos” de la fotografía y con su selección, han desplazado hacia lo artístico la indicialidad y el régimen de enunciación de las imágenes, particularmente las fotoperiodísticas. Sin embargo, en esa transformación se produce también un encasillamiento de todo un acervo fotoperiodístico bajo los parámetros de las cuatro o cinco imágenes que adquiere el museo para su colección. Así sucedió con el trabajo, originalmente destinado a la prensa escrita, de fotógrafos como Lewis Hine, Dorothea Lange o Bill Brandt, que al entrar en el MoMA se

vio arrancado del papel de periódico para pasar a circuitos visuales mucho más elitistas, de forma que el proceso de pérdida del carácter de documento histórico de las imágenes fue inversamente proporcional al aumento de su precio.

El descubrimiento de Metinides tiene que ver con el interés mucho más reciente de los curadores del MoMA por la fuente policiaca y por las prácticas latinoamericanas que pueden dialogar con las imágenes de la colección, lo que, según Olivier Debroyse (2005) en su libro *Fuga mexicana. Un recorrido por la fotografía en México* influyó para revalidar desde las prácticas artísticas a quienes habían sido considerados hasta entonces como “operarios” dedicados a la nota roja.

La inclusión de cuatro imágenes de Metinides en el acervo del MoMA “ratificó”, por tanto, la calidad de su trabajo, pero también la enjauló en una lectura que es necesario trascender y que ninguno de los once textos informativos ni siquiera sospechó, seguramente por falta de prerreporteo en ese cómodo grifo inacabable de la información institucional. De hecho, habría bastado con dar un par de clics en la colección digital de acceso libre del MoMA para observar el cuarteto de imágenes de Metinides que el museo neoyorquino tiene disponible en un *website* que reúne el trabajo de 10 mil 699 fotógrafos del mundo. Mirándolas, puede corroborarse cómo las imágenes se asocian a la visualidad de la gran pantalla: allí observamos en blanco y negro cómo un cable de alta tensión aún humea a un costado de un hombre que acaba de electrocutarse (1958); contemplamos a todo color a una rubia y maquillada Adela Legarreta Rivas pendiendo muerta por atropellamiento en la avenida Chapultepec (1979); divisamos un convertible blanco hecho trizas en una autopista donde yacen los cadáveres de sus pasajeros (1982), y miramos cómo una mujer llora junto a su novio recién asesinado durante un asalto en el bosque de Chapultepec (1985). Dos de estas imágenes se exhibieron en la exposición del Fotomuseo.

Las imágenes del MoMA no dan cuenta de que Metinides demostró desde muy joven una gran sensibilidad por capturar el drama humano en una sola imagen sin importar que su presencia como fotógrafo repercutiera en la escena. De hecho, si uno se olvidaba del texto de sala de *El hombre que vio demasiado*, que constreñía la mirada a la búsqueda de tomas de película, el recorrido por la exposición permitía descubrir que la investigación iconográfica de las curadoras era en realidad más

profunda de lo que se leía en la guía impresa en la pared. Varios grupos de imágenes exhibidas exploraban posibilidades poco estereotipadas de la obra del fotoperiodista alejadas de cualquier escena de la industria cinematográfica. Por ejemplo, en la sección dedicada a los accidentes de tráfico, podía observarse cómo siempre rodeaban al siniestro grupos de espectadores más interesados en la cámara fotográfica que en el cadáver que tenían delante, como en la instantánea de 1955 en la que un pequeño ciclista que murió atropellado en la avenida Álvaro Obregón está cercado por niños que miran al lente de Metinides en lugar de a su amiguito. Lo mismo sucede en otra imagen de ese año en la que, a través de la ventana de un coche en el que había fallecido una familia completa, se distinguen los rostros de tres mirones con los ojos puestos en el objetivo de Metinides. En ninguna película de ficción del llamado cine *noir* aparecería este tipo de personajes evidenciando la presencia del camarógrafo. Tampoco son propias del cine las fotografías que captan a policías posando para la cámara —con el pecho estirado e incluso haciendo muecas— junto a los coches siniestrados, como si estuvieran exhibiendo su trofeo de caza. Todas estas fotografías documentan la realidad mexicana y ofrecen al menos dos nuevas posibilidades de estudio en el legado de Metinides: el regusto de los capitalinos por mirar pasivamente una tragedia y la seducción que suponía en la época la presencia de una cámara fotográfica.

Se trata de fotografías periodísticas donde podemos estudiar la satisfacción del deseo visual y la conciencia de autorrepresentación de los curiosos en escenas de sangre. Todas estas fotografías de mirones trascienden el corsé en el que el MoMA ha colocado el trabajo de Metinides, mismo que fue asumido por el discurso curatorial del Foto Museo Cuatro Caminos y, a su vez, reproducido acríticamente por once de doce medios.

4. A modo de conclusión y 20 propuestas para liberar al periodismo de la cómoda jaula de la institución cultural

Para liberar al periodismo cultural del confortable grifo inacabable de la información institucional, que en realidad lo encierra en una cómoda jaula de doble candado (la institución define tanto la agenda como la narrativa de la cultura)

el periodista y el editor, aparentemente sólo deberían estar conscientes de que los medios no tienen la obligación de difundir las agendas que marca el aparato centralizado de la cultura, y de que en caso de informar sobre la cultura institucionalizada, los medios no tendrían por qué hacerlo utilizando los abordajes y fuentes de información que las instituciones proponen: ruedas de prensa, informes, recorridos, entrevistas pactadas con sus funcionarios o con los artistas. Pero no basta con eso. El problema preocupante del periodismo cultural latinoamericano no es tanto si los medios cubren o no cubren la agenda institucional, sino la forma en que la narrativa que la institución construye de la cultura se reproduce acríticamente y con total indulgencia en muchas piezas de periodismo cultural. El periodismo no sólo da visibilidad a la cultura auspiciada por el Estado, sino que además legitima los discursos éste propone.

En el ejemplo de la cobertura del Congreso Internacional de la Lengua Española (CILE) celebrado en Puerto Rico en 2016, en donde las instituciones de la lengua española construyeron su narrativa sobre la hispanidad y sobre el idioma sin conocer ni tomar en cuenta el imaginario cultural puertorriqueño, observamos cómo los organizadores (sobre todo españoles) encontraron resistencia local que se evidenció en la prensa cultural; pero también vimos que en realidad esta resistencia es acrítica e incluso militante con la propia narrativa local.

En el caso de la cobertura periodística de la exposición *Enrique Metinides. El hombre que vio demasiado*, que exhibía el trabajo de un fotógrafo mexicano de prensa policiaca que fue “descubierto” años antes por los circuitos internacionales de la cultura visual, a partir de la compra de cuatro de sus fotografías por el Museum of Modern Art de Nueva York, revisamos cómo la narrativa institucional del Foto Museo Cuatro Caminos consistió en asumir la narrativa *mainstream* procedente del MoMA (sus fotografías corresponden a la estética del cine de gánsters norteamericano), operación conceptual que fue reproducida, a su vez, sin resistencia alguna.

En ambos casos, la colocación del discurso hegemónico de las instituciones en el periodismo cultural oculta cómo, de forma suave pero muy efectiva, la institución (el poder) administra los sistemas imaginarios y simbólicos que construyen las lógicas de representación de la cultura institucionalizada. La hegemonía no es

coercitiva, sino que forma parte de un proceso donde los propios periodistas culturales son agentes, a veces por inercia, a veces por comodidad, de la reproducción acrítica de la narrativa hegemónica.

Liberar al periodismo de esta jaula dorada de la institución cultural pasa entonces por cambiar el modo en que el periodista ejerce su agencia como profesional. Ésta sería entonces la primera encomienda para periodistas y editores, sobre todo en los países de Iberoamérica donde un estado centralizado genera una cantidad enorme de información y controla gran parte de la agenda de la cultura. ¿Cómo convertirse en verdaderos agentes al servicio de la sociedad, y no de las instituciones? He aquí una serie de propuestas para ejercer un periodismo cultural de calidad:⁸

1. El periodista debe buscar temas y abordajes propios movido por la curiosidad. Los periodistas son quienes deben contrarrestar las agendas estatales, los que deben encontrar temas fascinantes allí donde parece que no hay nada. La curiosidad y el espíritu de contar historias debe conservarse siempre. La información primaria (la vivencia, la mirada, las entrevistas) es la fuente primordial del periodista, pero no para reproducir el discurso de la institución. Antes de correr a la institución a buscar datos, el periodista debe pensar en las personas, no en los funcionarios ni en los edificios vacíos. Comenzar los textos entrevistando a las personas a las que afecta el tema (por ejemplo, el supuesto beneficio de la creación de un centro cultural en medio de una comunidad de bajos recursos) puede ser una forma diferente de ejercer el periodismo de manera original y crítica. Sin embargo, no hay que olvidar el contexto. Cualquier texto periodístico debería incluir no sólo el zoom sino también la panorámica que permita comprender el contexto para poder entender a cabalidad los alcances de la historia que se está contando. El contexto muchas veces nos permite ver la parte oculta de la realidad, ésa que es invisible si nos centramos únicamente en el *zoom*.

⁸ Unas las he ido encontrando por el camino como profesor de periodismo y como periodista, y otras se las debo a autores y maestros con los que tomé talleres de periodismo o con quienes me tocó trabajar (Julio Villanueva Chang, Leila Guerriero, Juan Villoro, Alberto Salcedo Ramos, Daniel Samper Pizano y, sobre todo, Héctor Feliciano, de cuyo taller “Narrativas en periodismo cultural” (2011) fui relator.

2. Cuando se hacen coberturas que difunden la labor de las instituciones culturales (inauguraciones, homenajes, publicaciones, congresos), el periodista no tiene que limitarse a las fuentes que le proponen los funcionarios. No hay que orientar los artículos como la institución plantea (ruedas de prensa, entrevistas pactadas). La labor del periodista es ofrecer puntos de vista que sean útiles para el lector, no para el estado.

3. La voz de los expertos es útil para ampliar la perspectiva sobre cierto tema, pero no puede ser el centro de la información, ni tampoco se debe recurrir siempre a una lista cerrada de entrevistados. Hay que abandonar la comodidad de consultar siempre a los mismos. Ante todo, es importante la diversidad. Buscar la variedad geográfica y de edades para las voces autorizadas es una forma de refrescar las posturas que se repiten siempre.

4. Debe cultivarse la veracidad. El periodista debería trabajar con el abordaje de Santo Tomás Apóstol: "Si no meto mi dedo en los agujeros de los clavos y no meto mi mano en su costado, no creeré". En periodismo es muy importante la información de primera mano: que el periodista haya visto o escuchado algo, o bien, que haya accedido a un documento que lo atestigüe. Así obtiene datos (números, fechas, nombres y detalles) que pueden quedar plasmados en el texto si son útiles. Sin embargo, no es conveniente dar información que no sea fundamental para lo que queremos contar. Por ejemplo, decir que nuestro personaje posó su mano derecha sobre una mesa octogonal de madera que tenía una leve capa de polvo no tiene mayor sentido, a menos que el personaje tenga manía a las cosas octogonales. Tanta información provoca olvido en lugar de memoria. Una descripción correcta sería, por ejemplo, citar que cierta entrevista tuvo lugar en la primera fila del Bernabéu frente al marcador, en lugar de decir "en la grada seis del estadio, junto al pasillo tres".

5. El periodismo cultural debe crear un espacio serio que tenga la voluntad de fiscalizar al estado, dado que los recursos con los que se paga gran parte de la cultura centralizada provienen de la ciudadanía. Ser fiscalizador significa ser un profesional que, consciente de que la objetividad no existe, practica algo que sí existe: la amplitud de punto de vista. Para ello,

es necesario adentrarse en la investigación. La investigación requiere de mucho tiempo y el periodista debe pedírselo a sus editores. En un trabajo investigativo hay que buscar documentos originales, y también la voz de todos los “ex”: los ex jefes, los ex empleados, que seguramente poseen información privilegiada, y no tienen inconveniente en revelarla. Los datos deben contrastarse siempre.

6. Cuando la investigación lleva al periodista a descubrir algo turbio, por ejemplo, el uso ilícito de fondos públicos, en ese caso hay que buscar la declaración del funcionario de turno, para que se defienda. Es conveniente hacerlo cuando la investigación está terminada y a punto de publicarse, para no correr el riesgo de que se destruya u oculte información. Esto es jugar limpio. Las palabras del funcionario defendiéndose no deberían colocarse al principio del texto, porque si no, se mata el argumento. Si el funcionario decide no contestar, también debe consignarse en el artículo.

7. Como periodista, es preciso colocarse a nivel de tú a tú con el asunto que se está cubriendo, y evitar el paternalismo, el cliché y la victimización. Por ejemplo, sería paternalista enfatizar el esfuerzo sobrehumano de un niño que camina kilómetros cada día para llegar a una escuela de música. Una opción mejor sería adentrarse en el mundo de este niño para descubrir que quizás le encanta tocar, y por eso no le pesa en absoluto el esfuerzo de caminar tanto.

8. Es necesario evitar la superioridad cultural ante el objeto y ante el sujeto, pero también es importante cuestionar la simplificación conceptual construida por las industrias culturales *mainstream*. Cuando se escribe sobre ambientes distintos a los del lector a quien va dirigido un texto, no debe partirse de la premisa de que “lo otro es exótico” y “lo nuestro es normal”. Escribir desde la comparación con la realidad que el periodista comparte con sus lectores debe tener únicamente el fin de explicar conceptos, pero no debe caer en parangones simplistas. Por ejemplo, hay que evitar decir que el fotógrafo Enrique Metinides es un Hitchcock a la mexicana o que el acento puertorriqueño es una mezcla entre el andaluz y el canario. El lector siempre agradece la honestidad. Ante la falta de conocimiento del

periodista acerca de un tema (por ejemplo, una expedición) es mejor que el autor deje saber en su texto que se está enfrentando por primera vez a cierta realidad, si es así. Hay que evitar el esnobismo y al mismo tiempo buscar la forma más interesante de contar una historia.

9. Para evitar un texto ligero y lleno de lugares comunes, el periodista debe documentarse al máximo. A esto también se le llama *prerreporteo*. Si se va a viajar a un festival, hay que documentarse sobre su historia y sus pormenores, para poder comenzar a trabajar rápidamente. Estar al nivel de los entrevistados y de las situaciones permite hacer mejores preguntas, obtener mejores respuestas y escribir de manera precisa. Para ello, se sugiere evitar los datos de *Wikipedia* (ya llevan una narrativa que no debemos reproducir) y tratar de descubrir siempre la totalidad del iceberg.

10. El profesionalismo comienza con la curiosidad y con la distancia. Aunque se hagan quince entrevistas a la misma persona, el periodista debería evitar convertirse en amigo de su entrevistado. La distancia es necesaria para escribir pensando en el lector, no en lo que pensará el entrevistado cuando lea el texto. Pero a la vez, cultivar la intimidad permite lograr buenas entrevistas. La posición ideal como entrevistador es lograr que la fuente hable como si el periodista hubiera desaparecido por completo, que responda como si pensara en voz alta. Las entrevistas, a veces, son un ejercicio de paciencia y estrategia. Si los entrevistados no quieren hablar directamente de un tema, es preciso tratar de entrar por otro lado. Si no abre la puerta del edificio, quizá sí abren las ventanas. Pero nunca hay que dejar de hacer también las preguntas incómodas. Al mismo tiempo, las fuentes periodísticas deben protegerse siempre, incluso de sí mismas. Se requiere de perspicacia, atención y sensibilidad.

11. No basta con reproducir el discurso de un entrevistado, sobre todo si es el que la institución propone. La función del periodista no es necesariamente desmontar el discurso, pero sí identificarlo y, a través de la investigación documental, la curiosidad y la intuición, hacer preguntas para evitar plasmar un discurso prefabricado. Las preguntas inteligentes, con datos concretos y críticos, demuestran al interlocutor que el periodista conoce el tema,

y logran la intimidad buscada. Buscar la narrativa hegemónica sobre un asunto permite evitar repetir lo que otros han publicado cientos de veces.

12. La grabadora es útil como registro, porque permite volver a escuchar. Cuando se redacta la información obtenida a través de entrevistas, no se deben crear conexiones inexistentes. Es mejor preguntar “¿usted está insinuando tal cosa?” que aventurar conexiones de causa y efecto que el entrevistado no estableció literalmente. Jugar a psicólogos baratos es peligroso y debe evitarse. Lo que sí es lícito es editar la información sobre un mismo tema y reunirla, aunque el entrevistado la haya expresado en momentos diferentes, o en desorden. Esto permite crear textos estructurados. Sin embargo, una cosa es unir temas, y otra es vincular ideas que el entrevistado no ligó.

13. Siempre hay que diferenciar entre la realidad y el recuerdo. Reconstruir escenas que el periodista no ha presenciado y de las que no existe ningún registro (una grabación, un documento) es entrar en el reino de la inexactitud, como sucede en las anécdotas de Metinides con la cámara que le regaló su padre. En estos casos el cuidado debe ser extremo. Si una fuente cuenta una historia que no se puede comprobar, hay que atribuírsela. Es necesario dejar claro en el texto que el periodista no la presencié. Especificar las fuentes nunca le va a quitar fuerza al texto. Una de las diferencias entre el periodismo y la literatura es precisamente que el periodismo mantiene en el texto las claves para que cualquier lector pueda comprobar. La otra diferencia es que en periodismo jamás se deben inventar datos de ningún tipo. Para escribir que el cielo estaba despejado en cierta mañana de 1936 hay que comprobarlo. Estas licencias narrativas enturbian el trabajo serio del periodista. Toda la información debe ser verificable.

14. Escuchar permite que las personas utilicen su propio lenguaje. La gente sabe utilizar muy bien un vocabulario personal, y es importante que el texto registre, a través de citas textuales, las palabras de los entrevistados. Hay que evitar el lenguaje oficial de los boletines de prensa o de los discursos de los funcionarios. El lenguaje institucional está lleno de tecnicismos, de sustantivos abstractos como “proliferación” o de expresiones que provocan

reverencia. El lenguaje que proponen las instituciones debe siempre “re-trabajarse”.

15. El periodismo es un servicio a la sociedad, pero el periodista no es súbdito del público al que va dirigido el texto. Hay que evitar la dictadura del lector, es decir, no hay que bajar la calidad de los artículos para satisfacer a ese lector que algunos editores imaginan con un nivel cultural tan mínimo que no sabe casi nada. Con claridad, es posible escribir sobre asuntos complejos. El reto del periodista es hacer pensar al lector, mostrarle la realidad de forma interesante y llevarlo más allá de su cotidianidad. Imaginar que los lectores son sólo clientes que compran o usuarios que hacen clic es caer en una forma muy demagógica del periodismo. Por eso hay que evitar, por ejemplo, escribir desde el presente hacia el pasado. Es mejor escribir “en 1937” que “hace 80 años”.

16. Escribir es pensar. Hay que tomarse el tiempo para pensar cómo se va a comenzar, cuál será la estructura y cuál será el tono de la pieza. El tiempo y el espacio son elementos de la escritura que parecen técnicos, pero que, cuando se integran, se vuelven artísticos. El periodismo, como ha dicho Héctor Feliciano, en un cierto modo, es una lenta sucesión de resignaciones. Lo importante es saber qué muebles vale la pena salvar. La organización determina la eficacia. Cuando el periodista va a escribir, tiene que tomar en cuenta de qué tamaño va a ser el texto y de cuánto tiempo dispondrá para resolverlo. No se pueden plasmar ocho voces, con nombre y apellido, en un texto de quinientas palabras. Tampoco se pueden dar todos los detalles de una escena si el texto es demasiado corto. Uno de los pasos para mejorar la escritura es convertirse en crítico de lo que uno escribe. El periodista tiene que escribir como lector. Es importante siempre inventarse un lector que quizá sepa un poco más que uno, para que le exija. Josefina Licitra propone como lector ideal un niño de doce años muy listo, pero al que le faltan muchas cosas por saber.

17. El comienzo de un texto debe ser lo más dinámico posible, para capturar al lector. En el proceso de escritura, cuando el periodista ha trabajado tanto que no sabe por dónde enfocar un artículo, puede aventurar

un principio provisional. Quizá, más adelante, decida cambiarlo, pero le servirá como arranque. La entrada marca las reglas del resto del trabajo. La voz que se elige para narrar lanza al texto por caminos distintos. La tercera persona sirve para presentar una realidad compleja y polifónica. Es más clásica, y permite cubrir muchos elementos que, aunque el periodista no haya visto, pudo haber obtenido por teléfono u otros medios. La primera persona tiene su límite en el protagonismo del periodista, pero el ego no es negativo si es honesto, si no es soberbio. La crónica en primera persona es sugerente, pero también es sesgada y subjetiva porque evita lo que el autor no quiera ver. En el cuerpo del texto, debe estar bien delimitado el tema. A medida que se escribe, siempre hay que volver a preguntarse cuál es ese tema. Dar el contexto es importante, como vimos, pero querer abarcar demasiado puede provocar el efecto contrario: que lo más importante quede diluido.

18. El tono del texto sólo se logra mediante la reescritura. Los frutos de pasar tantas horas sentados; sin embargo, pueden llegar a ser magníficos. La escritura es como una serie laberintos y caminos caleidoscópicos: lo que un día parece un obstáculo, al día siguiente, o al otro, ha desaparecido. Uno de los riesgos del periodista es el automatismo, es decir, repetir fórmulas que tiene aprendidas y sabe que le funcionan. La excelencia en la escritura para cualquier formato (impreso, digital, radiofónico, audiovisual) es como la diferencia entre caminar y bailar: a pesar de que tenemos pasos automatizados, lo importante es combinarlos, pero también improvisar para crear pasos nuevos.

19. Leer es tan importante como escribir, incluso textos que alejen del tema. La lectura (con intuición para elegir textos adecuados) puede inspirar la escritura. Es fundamental leer a autores de toda Iberoamérica para ampliar el abanico de recursos del español, una lengua cuya riqueza se despliega desde los Pirineos a la Patagonia, pero también es enriquecedor leer en otros idiomas.

20. Sobre todo, en los géneros interpretativos, como la crónica, se pueden incluir digresiones, asociaciones libres de un detalle con otro para darle valor a la pieza, siempre que quede claro que se trata de la interpretación

del autor y no de la voz de los entrevistados. Incluso, podemos hacer comparaciones con elementos procedentes de nuestro bagaje cultural y usar figuras literarias que ayuden a comprender un hecho, como, por ejemplo, decir que el dictador africano Charles Taylor, que provocó una masacre de más de un millón de personas, “era un asesino en serie con el disfraz de un presidente”. Queda claro que esta metáfora proviene de la voz del autor, pero para escribir algo así, hay que ser John Lee Anderson o bien ganarse la autoridad en un tema con la experiencia en la cobertura. La crónica cultural y el ensayo son aliados, pero en periodismo los elementos ensayísticos deben estar al servicio de la historia, y no al revés. Sin embargo, muchas veces, la mayoría, las digresiones son arbitrarias y ocultan falta de reporteo. Úsense con responsabilidad.

La profesión del periodista sin apellidos, y particularmente del periodista cultural, consiste en ir labrando la disciplina para lograr lo que Jorge B. Rivera ha llamado el mejor periodismo cultural: “Aquel que refleja lealmente las problemáticas globales de una época, satisface demandas sociales concretas e interpreta dinámicamente la creatividad potencial del hombre y la sociedad (tal y como se expresa en campos tan variados como las artes, las ideas, las letras, las creencias, las técnicas, etcétera), apelando para ello a un bagaje de información, un tono, un estilo y un enfoque adecuado a la materia tratada y a las características del público elegido” (Rivera, 2000, p. 11).

Nadie dijo que salirse de la cómoda hamaca con barrotes de la institución cultural fuera fácil ni inmediato. Como decía Cesare Pavese: “*lavorare stanca*” (trabajar cansa).

Bibliografía

Barei, Silvia N. (1999). “Periodismo cultural: crítica y escritura” en *Revista Latina de Comunicación Social*, 23.

- Chilango. (2016). “Metinides, el hombre que entregó su vida a la nota roja”, en Chilango Sitio web: <http://www.chilango.com/cultura/metinides-el-hombre-que-entrego-su-vida-a-la-nota-roja/> (Fecha de consulta: 10/06/2017)
- Cisneros, J. (2016). “La muerte vista de una manera artística”, en El Economista Sitio web (16/02/2016): <http://eleconomista.com.mx/entretenimiento/2016/02/16/muerte-vista-manera-artistica> (Fecha de consulta: 10/06/2017)
- Cuartoscuro. (2016). “Exposición. El hombre que vio demasiado / WITKIN & WITKIN”, en Cuartoscuro Sitio web (02/2016): <http://cuartoscuro.com.mx/2016/02/exposicion-el-hombre-que-vio-demasiado-witkin-witkin/> (Fecha de consulta: 10/06/2017)
- Debroise, O. (2005). *Fuga mexicana. Un recorrido por la fotografía en México*. Gustavo Gili: Barcelona.
- Fullana Acosta, M. (2016). “Real academia española acepta la palabra ‘puertorriqueñidad’” en *El Nuevo Día* (16/03/2016), <https://www.elnuevodia.com/entretenimiento/cultura/nota/realacademiaespanolaaceptalapalabrapuertorriqueñidad-2174944/> (Fecha de consulta: 6/05/2017).
- Huyssen, A. (2010). *Modernismo después de la posmodernidad*. Gedisa Editorial: Barcelona.
- Jansson, A. (2002). “The Mediatization of Consumption: towards an analytical framework of image culture”, *Journal of Consumer Culture*, 2: 5, pp. 5–31.
- Kircher, M. (2014). “La prensa escrita: actor social y político, espacio de producción cultural y fuente de información histórica”. *Revista de Historia*, (10), pp. 115–122.
- Kristensen, N. N. (2010). *The historical transformation of cultural journalism*. Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook, 8(1), pp. 69–92. http://static-curis.ku.dk/portal/files/138153826/The_historical_transformation_of_cultural_journalism_NorthernLights_2010_Authors_version.pdf
- Lalo, E. (2016). “Actos de barbarie”, en *El Nuevo Día*, 16/03/2016, San Juan de Puerto Rico, <http://www.elnuevodia.com/opinion/columnas/actosdebarbarie-columna-2174535/> (Fecha de consulta: 7/05/2017).
- Leñero, I. (2016). “Muestra de Enrique Metinides en el Foto Museo Cuatro Caminos”, en Proceso Sitio web: <http://www.proceso.com.mx/434759/muestra-enrique-metinides-en-foto-museo-cuatro-caminos> (Fecha de consulta: 10/06/2017)
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Gustavo Gili: Barcelona.

- Martínez, R. (2016). “Llegan Metinides y Witkin & Witkin al Foto Museo Cuatro Caminos”. en La Jornada Sitio web (16/02/2016): <http://www.jornada.unam.mx/ultimas/2016/02/16/presentaran-en-museo-cuatro-caminos-obras-sobre-la-condicion-humana-9475.html> (Fecha de consulta: 10/06/2017)
- Melchor, F. (2016). “Enrique Metinides y los iconos del naufragio”, en Horizontal Sitio web: <http://horizontal.mx/enrique-metinides-y-los-iconos-del-naufragio/> (Fecha de consulta: 10/06/2017)
- Resuche, R. (2016). “Ante el dolor de los demás”, en Página/12 Sitio web: <https://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/radar/9-11495-2016-05-20.html> (Fecha de consulta: 10/06/2017)
- Rivera, J. (2000). *El periodismo cultural*. Paidós: Buenos Aires.
- Rodríguez Blanco, S. (2011). “Periodismo cultural sin corsé” en <http://www.fnpi.org/recursos/micrositios/nuevas-rutas-para-el-periodismo-cultural/relatoria-taller-narrativas/> (fecha de consulta 1/06/2017)
- Rubiano, Elkin. (2006). “Escenario, butaca y ticket: el mercado de la cultura en el periodismo cultural”, en *Revista Tabula Rasa*. Pontificia Universidad Javeriana. *Tabula Rasa*. Bogotá-Colombia, Número 5: páginas 129–148, julio–diciembre 2006.
- Sánchez Medel, Leticia. (2016). “Muestran un Metinides desconocido”, en Milenio Sitio web: http://www.milenio.com/cultura/Muestran-Metinides-desconocido_0_685131492.html (Fecha de consulta: 10/06/2017)
- Sánchez, Luis Carlos. (2016). “Expondrán obra de Metinides y los gemelos Witkin en el Foto Museo Cuatro Caminos” en Excelsior Sitio web: <http://www.excelsior.com.mx/expresiones/2016/02/17/1075667> (Fecha de consulta: 10/06/2017)
- Silva-Herzog, J. (2016). “Metinides: coleccionista de horrores” en Letras Libres Sitio web: <http://www.letraslibres.com/mexico/metinides-coleccionista-horrores> (Fecha de consulta: 10/06/2017)
- Vanguardia. (2016). Enrique Metinides: El hombre que vio demasiado, en Vanguardia Sitio web: <http://www.vanguardia.com.mx/articulo/enrique-metinides-el-hombre-que-vio-demasiado> (Fecha de consulta: 10/06/2017)
- Zambrano, Lourdes. (2016). “El hombre que habla demasiado”, en Reforma Sitio web: <http://www.reforma.com/aplicacioneslibre/articulo/default.aspx?id=768821&cmd5>

=1e578e1336669d99c6cd63926c621e78&ta=0dfdbac11765226904c16cb9ad1b
2efe (Fecha de consulta: 10/06/2017)

LA IMAGEN Y LOS IMAGINARIOS DE LA CULTURA O DE LA URGENCIA DE LA PEDAGOGÍA VISUAL

MARIANA RUBIO DE LOS SANTOS¹

Pensar la imagen pareciera un ejercicio limitado a quienes les gusta la fotografía, el arte o a los estudiosos de la cultura visual. Sin embargo, las imágenes como la cultura son algo que nos compete a todos. En nuestro día a día las imágenes nos rodean, están por todas partes: cuando caminamos y nos topamos con espectaculares o anuncios; en nuestro celular, cuando abrimos nuestras redes sociales; en periódicos y revistas, y así podríamos seguir con los diversos medios de circulación de las imágenes que usamos. Somos partícipes del vínculo que existe entre la imagen y la cultura que la genera. Nosotros no sólo vemos las imágenes, sino que también percibimos su sentido comunicativo a pesar de que no seamos conscientes de ello.

Cada vez es más común ver las imágenes y aceptarlas como si fueran una verdad dada, no hay una “lectura” de las imágenes y cada vez más pareciera que no es importante aprender a ser críticos ante ellas. El aprendizaje no es algo que se limita al aula, los procesos de aprendizaje son experiencias que nos acompañan en lo cotidiano. Así, la línea que teje la presente reflexión permite cuestionar y pensar la imagen fotográfica en la cultura y su valor en el proceso de aprendizaje. Más que respuestas, este texto tiene la finalidad de trazar preguntas e interrogantes claves para incitar una discusión necesaria, poner el dedo en el renglón para identificar posibles líneas de una investigación más profundas que contribuyan a que no seamos unos *analfabetos visuales*.

¹ Es licenciada en Historia del Arte y maestra con mención honorífica de la misma especialidad por la UNAM. Ha colaborado en proyectos como “EstaciónArte, Fantasmas de Gunkanjima” en el Centro Cultural de Japón, “Primeros monasterios del siglo XVI en las faldas del Popocatepetl, una aproximación histórico-artística” INAH/UIA, “Imaginarios de lo popular”, organizado por la Universidad Iberoamericana y el Museo de Arte Popular, entre otros. Imparte los cursos de “El concepto del arte a través del tiempo” en la Universidad Iberoamericana y de “Gestión y obtención de fondos para proyectos culturales” en la Universidad de la Comunicación. Es autora de: “Daguerrotipos: la verdad de los colores” y de la reseña a “*Uprisings/Insurrecciones*” de Georges Didi-Huberman.

Anacronismos

Entender la imagen en su complejidad es algo que aún en 2017 no hemos logrado. La xvii Bienal de Fotografía: *Anacronismo de las imágenes: documentos y recuperaciones* organizada por el Centro de la Imagen en la Ciudad de México, fue tan sólo un síntoma de nuestra concepción sobre ella. La respuesta del público ante la selección de la muestra y las propuestas ganadoras recordó las diversas resistencias que han tenido lugar a lo largo de la historia del arte y la crítica. Por ejemplo, el que muchos consideraran que había fotografías técnicamente mal tomadas, sin reparar que la técnica no es el único valor de la foto. La polémica “bienal de la ruptura”, como se hizo llamar en sus mesas de diálogo de clausura, puso en evidencia la necesidad cultural de reflexionar, escuchar y dialogar las distintas posturas que se tienen sobre “lo fotográfico” y los medios de circulación de dicho conocimiento.

El ensayo curatorial de la xvii Bienal de Fotografía, propuesto por Amanda de la Garza e Irving Domínguez se integró por una diversidad de temáticas que, desde la política, la sexualidad, el archivo, la precariedad y la tecnología, lograron tejer a partir de preocupaciones comunes que se apreciaban en los trabajos expuestos: la relación entre imagen y tecnología, la crisis de la fotografía documental, la imposibilidad de representar la violencia; todas con estrategias, soportes y mediaciones ofrecidas por el arte contemporáneo² (De la Garza y Domínguez, 2016). Este cruce entre la fotografía y el arte contemporáneo nos obliga a pensar en la imagen como un vehículo crítico y con ello, se nos invita a reflexionar en torno a la cultura visual contemporánea.

Entre los diversos escritos surgidos desde la crítica, Adriana Raggi definió con acierto uno de los problemas más evidentes en esta *nueva era documental de corte experiencial*³: la culpa es nuestra, o “le fallamos a la educación o la educación nos falló” (Raggi, 2017). De cualquier modo, como artista y docente de artes, Raggi reconoció la falta de claridad ante la imagen. ¿Es acaso necesaria la educación artística para esclarecer la niebla provocada por la fascinación embriagadora y adictiva de las imágenes?

² Entre ellas: la apropiación, la instalación, el *happening* y *performance*, el trabajo con el archivo, el documentalismo, las relaciones entre imagen-imaginación e idea-concepto.

³ Término acuñado por Iván Ruiz en su texto sobre el proyecto ganador *Every night temo ser la dinner*, de Sofía Ayarzagaitia (Ruiz, 2017).

¿Cómo entendemos a la fotografía hoy?

Reflexionar sobre la manera en la que percibimos el mundo a través de la fotografía permite preguntarnos cómo se estructura el pensamiento y la cosmovisión. Entendida ésta como la visión de uno mismo, del mundo y del universo, y la ubicación del ser humano entre ellos y su modo de accionar en conjunto. La tradición hermenéutica coloca a los mitos e historias orales como centro y fuente principal para su estudio. Sin embargo, el mundo que habitamos actualmente se aleja de la textualidad y se acerca más a una narrativa visual: vemos-hacemos-contamos historias con imágenes, al concebirnos en un mundo mediado por imágenes, en su mayoría fotográficas, nos encontramos entonces en una cosmovisión donde lo que impera es la fotografía.

Usamos el lenguaje visual sin cuestionarnos qué estamos comunicando con él. En nuestra época, la fotografía está inmersa en nuestra forma de interactuar, de comunicar, de registrar, de representarnos y de crear mundos posibles o absurdos. La tecnología, los dispositivos móviles, las redes sociales y las distintas aplicaciones son primordialmente un constante intercambio de información visual. En este contexto, surgen preguntas alrededor de las imágenes: ¿cómo influyen e intervienen el afecto?, ¿cómo construyen un imaginario?, ¿cómo configuran la memoria?, ¿cómo posibilitan una aprehensión del mundo? Todas ellas trascendentales si lo que queremos es conocer la cultura en la que vivimos y la cultura que estamos gestando.

Inmerso en este presente, Nicholas Mirzoeff parte de la cultura visual para entender el modelo mental de visión que tenemos. En su libro *Cómo ver el mundo* (Mirzoeff, 2016), el investigador de la Universidad de New York, reflexiona en torno a la manera de ver el mundo, desde las *selfies*, las ciudades, las guerras, las pantallas, hasta plantear la posibilidad de que se genere un cambio mundial a través de una revolución motivada por un activismo visual. Pensemos, por ejemplo, en México, la importancia de las redes y lo visual en el caso de Ayotzinapa donde se difundieron los retratos de los desaparecidos con el número 43 para que se cobrara conciencia de que era su presencia lo que se reclamaba. Así, la propuesta de Mirzoeff radica en entender a la cultura visual como aquello que posibilita la creación de un nuevo mundo a través de nuevas imágenes, formas de ver y de ser vistos.

En *Cómo ver el mundo*, Mirzoeff compara dos imágenes de la Tierra, la primera de 1972 tomada por el astronauta Jack Schmitt y la segunda de 2012 creada por la NASA. A primera vista, ambas son fotografías del planeta tomadas desde el espacio; sin embargo, la primera es una sola fotografía, mientras que la segunda es un montaje de una serie de imágenes digitales captadas por un satélite. De esta manera, la NASA creó la imagen de la Tierra juntando esas emanaciones continuas y nosotros la observamos como una imagen fotográfica.

Pensar la fotografía es pensar en cómo se ha entendido la imagen a lo largo del tiempo. Así, el ejercicio comparativo de Mirzoeff nos transporta en un breve pasaje hacia los inicios de la reflexión sobre las imágenes en el pasado clásico griego. Epicuro le escribe a Herodoto una carta en la que describe a las imágenes como emanaciones (o apariciones) que fluyen de los objetos y viajan hacia los ojos (Mora, 2004). En su afán defensor de lo sensorial, Epicuro plantea que los ojos perciben la impresión de muchos *ídolos* (Caro, 2008), es decir, la imagen que se crea del objeto al momento de mirarlo no es el objeto mismo sino un “ídolo” o un simulacro del objeto, una simple emanación. Más tarde, Lucrecio agregará el concepto de “continuidad” como flujo de simulacros a esas emanaciones donde la imagen en realidad se compone de varias emanaciones y no de una sola.

En la primera etapa de la fotografía podemos afirmar que su estatuto de verdad se creó porque su proceso se veía como parte de los fenómenos naturales. En aquel momento, la fotografía se entendía (desde las investigaciones de la filosofía natural de Fulham en 1794, de Wedgwood en 1800, de Niépce en 1814, de Daguerre en 1824 y de Fox Talbot en 1833) como las imágenes fugaces de la cámara oscura atrapadas o fijadas por los químicos sobre distintas superficies. El historiador de la fotografía, Geoffrey Batchen, resaltó la tensión creada entre las definiciones utilizadas para explicar el método: la luz —y su vínculo con Dios, la naturaleza y el sol— y la escritura —relacionada con la historia y la cultura—. Durante el siglo XIX, el principio estético de la fotografía radica en el cambio de concepción de una naturaleza divina hacia una naturaleza histórica (Batchen, 1999).

Los cambios tecnológicos también han incidido en cómo concebimos la fotografía en el siglo XX. La luz y su impresión sobre una superficie fotosensible a través de una cámara nos obliga a considerar el desarrollo de la tecnología y su relación

con la sensibilidad. La filosofía de la fotografía propuesta por Vilém Flusser se detiene a reflexionar sobre el aparato fotográfico como dispositivo y su manera programática de crear imágenes técnicas que significan conceptos: las fotografías deben interpretarse. Flusser analiza el universo fotográfico y lo define como un medio para programar en la sociedad una conducta retroalimentadora en función de un juego de combinaciones (Flusser, 1990: 65). Así, propone la doble lectura de las imágenes: desde la sociedad que rodea a la imagen y desde los aparatos que programan dicho universo.

A principios del siglo **xxi**, por el mismo camino que Flusser, el filósofo francés Jean-Louis Déotte explica que tanto los saberes como las artes están configuradas por *aparatos*, a través de dispositivos técnicos que hacen y precisan una época. Estos articulan un orden específico en el espacio y tiempo, en tanto definen el modo de aparecer de las cosas: un *ser-común* frente a una superficie de inscripción y a una temporalidad específica. Entre los aparatos analizados por el autor (la perspectiva, la fotografía, el museo, el cine, etc.) define a la fotografía como un aparato proyectivo y su temporalidad como un *déjà-vu* (Déotte, 2012).

La sensibilidad temporal que Déotte otorga a la fotografía es un viaje desde nuestro presente hacia un pasado desconocido: una extraña familiaridad que nos hace sentir como si ya hubiésemos estado allí con anterioridad. Es decir, el fenómeno del *déjà-vu* que describe Benjamin en su texto *Infancia en Berlín*. De igual forma, retoma de Roland Barthes la cualidad fotográfica del índice, la cual nos da la certidumbre de que aquello que vemos en la imagen “ha sido” y en consecuencia se inserta en la veracidad histórica. El viaje imaginario que emprende el observador de la imagen deviene de un momento profético: Déotte afirma que, en el momento de la toma, tanto el fotógrafo como el sujeto que posa sabían que trabajaban para el futuro, para ser vistos por otros ojos en el mañana. Lo anterior sólo puede ser entendido como estatuto de verdad, es decir, la cosmovisión fotográfica durante el siglo **xx** en tanto verdad histórica. La relación entre la fotografía y la historia es evidente en las *Tesis sobre el concepto de historia* de Walter Benjamin, en donde a través de un lenguaje fotográfico se explica la historia: “es la presencia de la cámara lo que hace historiable un acontecimiento” (Fontcuberta, 2010: 17). Al poseer una fotografía, se poseía aquello fotografiado.

Desde finales del siglo xx, las nuevas tecnologías digitales y la facilidad para manipular imágenes advirtieron la crisis de la fotografía: el índice y su verdad histórica se ven ahora amenazados. En su lugar, se entiende a la fotografía digital como información traducida e interpretada en representaciones. A pesar de considerarse como un medio, cada vez es más importante entender este tipo de imágenes y su efecto sobre la visión y percepción humana.

El historiador del arte Jonathan Crary (1992) ha analizado la sustitución de la visión humana con una referencia a lo “real” por una visión digital (de las máquinas) en donde el referente se compone por miles de bits y data electrónica. Aunado a esto, la interacción ofrecida por internet cambió radicalmente nuestra manera de consumir y hacer imágenes. La imagen ya no se preserva, su valor está en su intercambio, se comparte. La multiplicidad generada por su circulación hace que ya no se puedan entender aisladas, sino como una forma más de información. Su articulación ocurre en la codificación y diseminación viral de esos datos (John Johnston, 1999).

En 2011, el fotógrafo y crítico de la fotografía, Joan Fontcuberta escribió “Por un manifiesto postfotográfico” en el diario *La Vanguardia*, donde establece un decálogo para entender los nuevos usos de la imagen en la creación artística. A manera de resumen, establece la nueva conciencia autoral, la equivalencia de creación como prescripción, y las estrategias apropiacionistas de acumulación y reciclaje desembocan en lo que él llama la estética del acceso. Ante esto podemos cuestionarnos qué sucede con la percepción, la imaginación y el afecto cuando vemos y hacemos imágenes: *selfies* de bebés que remiten al estadio del espejo del que habló Lacan, fotografías autorreferenciales de *selfies* tomadas por personas de todo el mundo con una misma estética, dispositivos que permiten la inmersión absoluta a una visión fotográficamente captada desde la perspectiva de un dron. Nos encontramos en una cosmovisión inmersiva postfotográfica.

Miguel Rojas Mix ha definido a esta cosmovisión como el imaginario cultural del siglo xxi. “En el contexto de la sociedad actual, alude el término a un mundo y a una cultura y a una inteligencia visual, que se presentan como un conjunto de íconos físicos o virtuales y se difunden a través de una diversidad de medios que interactúan con las representaciones mentales” (Rojas, 2010). Rojas precisa que

el concepto se desdobra hacia aquello que sólo existe en la imaginación, aquellas imágenes referentes interiorizadas por el sujeto, por un lado, y como corpus documental visual con unidad semántica. Es decir, al pensar y analizar el imaginario, se vislumbra cómo está estructurado el lenguaje visual y cómo se comunica el sentido.

Postfotografía

La nueva era documental de corte experiencial, a la cual se refirió Iván Ruiz para definir a la nueva propuesta de fotografía documental evidente en la XVII Bienal de Fotografía, está inscrita en nuestra manera de relacionarnos con las imágenes que creamos y las vías de su comunicación. Es notable el incremento en la producción de imágenes en los últimos años, pero la cantidad de imágenes compartidas por segundo es alucinante: 8,796 fotografías por segundo son compartidas por Snapchat según la web cewe-photoworld.com mientras que en la red social Instagram se suben 788 imágenes cada segundo según la estadística en vivo que ofrece la web internetlivestats. Esto sin contar otro tipo de plataformas o aplicaciones que posibilitan tal intercambio. ¿En dónde caben tantas imágenes? Si el *scroll* contemporáneo equivale al *zapping* de los noventa, ¿es posible que nuestra mente registre todas esas imágenes? Suceden dos procesos que me interesa señalar. En tanto no pasamos más de dos segundos en cada foto y el mayor tiempo de contemplación a lo mucho son dos minutos, la imagen se produce, se admira y deja de ser vista en minutos, acumulando una gran masa aparentemente sin forma definida. Sin embargo, esa masa pasa a ser un conjunto de referentes, repetitivos y ruidosos, a manera de residuo visual de nuestro ser contemporáneo.

Esta cualidad “contaminante” es quizás su poder más fuerte. Detengámonos un momento en la raíz latina de la palabra: con– (globalmente), *tangere* (tocar), –nte (participio presente, agente, el que hace la acción)⁴. El potencial de la imagen está en su capacidad de ser el agente que alcanza a tocar globalmente a través de la virtualidad, siempre en el tiempo presente. También “ensucia” en cantidad y cubre de filtros, manipulaciones y subjetividad a la realidad documentada.

⁴ Prefijación, radicación y sufijación por etimologiasdechile.net

Así, la imagen postfotográfica remite a la producción de una realidad deseada, imaginada y proyectada. La concepción y conocimiento del mundo se configura en la experiencia registrada y compartida, a pesar de no ser siempre completamente cierta. Es aquí en donde la discusión sobre su estatuto de verdad tiene cabida. La imagen, como la posverdad⁵, apela a la emoción y a las creencias personales para definir un estado de ser en tanto moldea o define la opinión pública.

Lo histórico verdadero se sustenta en una tradición esencialmente verbal proveniente de los hebreos y griegos. Miguel Rojas Mix describe este cambio de la naturaleza del conocimiento:

Se pasa de la exigencia de verdad del conocimiento alfabético a la búsqueda de lo verosímil del conocimiento visual. A diferencia de la inteligencia verbal, que tiene como exigencia la verdad, la inteligencia visual opera en términos de eficacia (le interesa convencer no razonar). La inteligencia visual es retórica, mientras que la alfabética es dialéctica, busca hacerse verosímil, no desentrañar la verdad. Aristóteles definía lo verosímil como el conjunto de lo que es creíble para la opinión del común (Rojas, 2010).

El filósofo humanista británico Anthony C. Grayling identificó el origen de la posverdad en la crisis financiera del 2008, ante la disconformidad de la clase media en una corriente desatada de resentimiento económico, sumamente activa en las redes sociales en donde logra expulsar sus emociones. Grayling considera que “todo el fenómeno de la posverdad es sobre: 'Mi opinión vale más que los hechos'. Es sobre cómo me siento respecto de algo” (Coughlan, 2017) El filósofo continúa señalando que todo este relativismo es terriblemente narcisista.

La imagen con apariencia de verdad es aquello que estimula el saber visual. Conformada de verosimilitud, la *selfie* es probablemente la imagen más producida en esta cultura visual. Según las estadísticas de 2016, se tomaron un millón de *selfies* al día y se compartieron a través de la etiqueta #selfie en Instagram 58 millones 425 mil 492 fotografías. Reflexionar en este acto de representación recuerda dos mitos

⁵ Los *Oxford Dictionaries* ingleses definieron en 2016 a la “posverdad” como la palabra del año: “los hechos objetivos tienen menos influencia en definir la opinión pública que los que apelan a la emoción y a las creencias personales”. Esto debido al incremento en el uso de la palabra durante ese año en los medios en relación con la política inglesa y estadounidense.

griegos y su yuxtaposición en el *boom* de la *selfie*: Cora, la hija de Butades, narcisista, enamorada de su propio reflejo o sombra, trazándolo una y otra vez sobre la pared. Plinio el Viejo narra el origen de la escultura y al mismo tiempo del retrato con el mito de Cora, la hija del artista corintio Butades, quien trazó las líneas del contorno de la sombra de su amado quien partiría a la guerra esa noche. Vencida de amor, lo llevó hacia el muro, tomó una vela con una mano y un carbón con la otra y comenzó a circunscribir su silueta. Ella está entre el trazo, la luz y el cuerpo que produce la sombra, ella es la afectividad. Es nuestra manera de relacionarnos con las imágenes, es el deseo de conservarlas, retenerlas y aprehenderlas. Ahora, pensemos en Cora enamorada de su propio reflejo. Siguiendo a Miguel Rojas, la imagen “verosímil está siempre cerca de lo deseable” (Rojas, 2008).

En este sentido, la filósofa y psicoanalista Elsa Godart analiza el fenómeno en su libro *Je selfie donc je suis (Yo selfie, luego soy)* y define a la sociedad contemporánea: “atrapada en un estado de crisis de adolescencia” (Walden, 2016). En una suerte de crisis de identidad, se encuentra también la crisis de la representación. Godart reconoce en el narcisismo cierta utilidad: “es necesario cuando somos niños que, después de todo, comenzamos la vida hipnotizados por nuestra propia imagen en el espejo. Los niños pequeños son literalmente su propio interés amoroso: encuentran el júbilo en las imágenes de sí mismos” (Walden, 2016). Este estadio infantil se complementa con el modo de representarse a sí mismos en los primeros dibujos. Según las etapas del desarrollo artístico propuestas por Viktor Lowenfeld (1947), la segunda de ellas presenta características pre-esquemáticas en las que el niño percibe al sujeto—sí mismo, como lo más importante, con poca comprensión del espacio y los objetos distribuidos en él.

Aunado a lo anterior, la imagen tomada desde la cámara frontal del celular conlleva una última distorsión. La imagen que se captura es igual a la que vemos en el espejo, con la misma inversión visual horizontal. Es decir, la producción de imágenes de uno mismo contiene un nivel de verosimilitud al cual todos estamos acostumbrados. El reflejo que vemos en el espejo es proyectado hacia la realidad virtual. La ilusión que configura su apariencia es tan seductora si pensamos en el poder contaminante de la imagen. Hace que casi toquemos la realidad creada y perdamos contacto y conciencia del mundo a nuestro alrededor.

Representación de sí

Esta forma de visualidad recuerda a un ejercicio de poder descrito por Michel Foucault en la *Historia de la sexualidad*. El analizar el fondo y la forma de la *selfie* permite vislumbrar las relaciones entre el cuerpo y el poder, es decir la corporalización del poder por medio de la imagen. La máxima representación del poder ejecutado es cuando logra que el sujeto interiorice y ejecute por sí mismo las normas. Foucault explica también que existe un ejercicio de conciencia en cuanto el sujeto por sí mismo, conduce el cuidado de sí, por sí y para sí. Entonces, sólo a través de la conciencia podremos ejercer la libertad.

Pensemos en un breve ejemplo para esclarecer la afirmación anterior. Las imágenes *selfies* comunican una ideología a través de un dispositivo que regula y programa una conducta retroalimentadora en la sociedad. El medio y la técnica, la forma de circulación en redes y la técnica reguladora a través de filtros y aplicaciones, estandarizan la imagen y elevan su poder contaminante al alcanzar la globalidad virtual y reproducir su toxicidad hacia los cauces virtuales. Desde la primera *selfie* viral de Ellen DeGeneres en los Premios de la Academia en 2014 o el registro de la *selfie* tomada por la primera ministra danesa Helle Thorning-Schmidt, Barack Obama y David Cameron en el funeral de Nelson Mandela el 10 de diciembre de 2013, la *selfie* se impuso como modo de representación, tanto del poder como de la gente común. Tal es el caso del presidente Enrique Peña Nieto, quien realiza sesiones de *selfies* con los asistentes en cada acto público, la fotografía queda guardada en los celulares de las personas, mientras que en la página oficial de la presidencia o en sus redes sociales, se visualiza el registro de dicho acto. Este afán de crear una imagen de un presidente querido por su pueblo sólo refleja la necesidad de revertir o negar el nivel de aprobación del 30 por ciento que muestran las encuestas realizadas por el periódico *Reforma*. La *selfie* de Peña cumple la misma función que los tuits de Trump, presentan hechos o datos que contradicen las noticias “alternativas”, es decir, la verdad ofrecida por otros medios se enfrenta a la política de representación de la posverdad. Siguiendo a Miguel Rojas Mix, la imagen cumple con los modos de interlocución entre el poder y la opinión pública. Por ello, advierte el filósofo Anthony Grayling, que vivir en un mundo de la posverdad amenaza el tejido de la democracia.

Si recordamos la cualidad verosímil de este tipo de imágenes, entonces resulta necesario pensarla en su condición de restricción y censura, ya que moldea y presenta sólo aquello autorizado por el discurso icónico (Rojas, 2006).

Para entender la ideología que funciona detrás de todo este aparato, falta tan sólo pensar en el dispositivo que proyecta dicho imaginario o cosmovisión. Esto es, según Robert Kozinets, Anthony Patterson y Rachel Ashman (2017), comprender el deseo inscrito en un tecnocapitalismo que incita a la pasión del consumo a través de las estructuras digitales de una nueva red del deseo. Los autores parten de la teoría del deseo propuesta por Deleuze y Guattari, quienes ubican a la energía o potencia como la naturaleza del deseo en lugar de la falta de un objeto. La energía o potencia se entiende también en el deseo de la experiencia. La nueva mercadotecnia utiliza a la producción visual que muestra la experiencia de los sujetos quienes hacen publicidad a través de sus imágenes. Es aquí donde el poder de la *selfie* se desborda y revierte el retrato, es decir, invierte la cámara, el autorretrato se despliega hacia el punto de vista del sujeto mostrando aquello que hace, tiene, consume y observa. Utiliza el mismo lenguaje visual del deseo que la pornografía con el *point of view* (POV) y coloca al espectador en el lugar central de la acción.

La imagen *selfie* desdoblada, agente que toca globalmente, es el eje central de la nueva cultura visual. Las historias en vivo que permiten las aplicaciones como Snapchat, Facebook e Instagram hacen evidente la velocidad del bombardeo al cual nos somete la globalización y dificulta el pensamiento crítico.

Enseñar a ver imágenes

Al pensar en el valor cognitivo verosímil de las imágenes fotográficas, la relación del pensamiento y aprendizaje en tanto proceso educativo de la sensibilidad es esencial para la reflexión. Considerar la pedagogía de las imágenes dentro de los discursos fotográficos nos permite cuestionar cómo es que nos han enseñado a ver y a tomar fotografías en cada época planteada anteriormente. La educación es un proceso por el cual, las sociedades reproducen y ponen en circulación los saberes y los productos culturales; sin embargo, en la era postfotográfica estos procesos cambian y el aprendizaje a través de tutoriales y del uso intuitivo de las tecnologías ha ocupado el lugar de la enseñanza técnica. Ante este presente, surge la necesidad

crítica de pensar en una pedagogía de la imagen para una generación acostumbrada a la auto-representación de sí y de su entorno.

“La imagen adquiere más y más peso en la comprensión del mundo y en el aprendizaje. Pero todavía somos analfabetos visuales y, aunque cada generación lo es menos, apenas si hemos desarrollado métodos para procesar este conocimiento. No existe ningún aparato crítico de la imagen comparable a la enorme metodología desarrollada desde hace siglos sobre la lengua. De esta suerte la manipulación cotidiana de la imagen se hace sin ningún control” (Rojas, 2006).

No sólo es posible, sino también urgente, pensar en la pedagogía de la imagen. Ya lo advirtió Raggi ante los impactos de la xvii Bienal en el público: “los procesos educativos en las diferentes escuelas de arte y fotografía deberían abordar todos esos elementos” (2017). En específico, se refiere a estas escuelas ya que son la principal fuente de donde emerge la producción de representaciones. Ahora, no por ello debemos excluir la producción visual no artística, al contrario. Estudiar los usos contemporáneos de la imagen desde los estudios de la cultura visual en diálogo con la pedagogía crítica es uno de los retos actuales, si nos interesa fomentar un pensamiento crítico.

Si analizamos las imágenes por la sociedad que las crea y por los dispositivos que la producen, se observará también que en el universo contemporáneo de las imágenes existe una fractura, tal como la señala Rojas, en la relación de la percepción, el entorno y el comportamiento: “ésta es una de las grandes revoluciones del siglo xxi y un gigantesco desafío para la educación, que debe aprender a procesar [analizar y difundir] este conocimiento” (2006).

Kerry Freedman, desde la sociología del arte, presenta un ambicioso intento de establecer un currículum ideal al momento de enseñar la cultura visual desde la educación básica hasta la terciaria en su libro *Teaching Visual Culture: Curriculum, Aesthetics and the Social Life of Art*. La crítica realizada por R. A. Goodrich (2008) como una propuesta que gira en torno al sinfín de interpretaciones que ofrecen las imágenes y el arte, el proyecto pedagógico se estanca en la ambigüedad de la posibilidad de enseñar a ver imágenes.

Tyson E. Lewis (2010) propone una posibilidad de emancipación a través de los conceptos tomados de Jacques Rancière de la imagen pensante y el espectador

emancipado reviviendo así la comunidad estética kantiana como futuro del uso de la imagen en la pedagogía crítica. Lewis pone en cuestión la propuesta pedagógica que establece la relación entre las imágenes artísticas como vehículo de concientización social de Paulo Freire e invierte el discurso. Es decir, no aborda el problema desde el arte o la cultura visual, sino desde la pedagogía crítica. El autor propone vincular el pesimismo de Rancière sobre las posibilidades emancipatorias de la educación y la visión utópica de Freire, a partir del puente creado entre las artes visuales y la educación. La propuesta metodológica de Lewis rescata la multiplicidad de interpretaciones y es justo ahí en donde reside la posibilidad de la pedagogía de la imagen: de un análisis iconológico que descodifique la imagen que es necesariamente pasivo, a una participación emancipadora de los espectadores activos. Pensar la imagen desde una pedagogía crítica, es decir, fomentar el pensamiento crítico para ejercer la conciencia necesaria que lleva a la emancipación.

A manera de conclusión

En este texto, se ha explorado la relación intrínseca entre cómo concebimos a las imágenes, cómo las usamos y cómo a través de ellas configuramos nuestro mundo. Al comprender el valor de la verosimilitud de las fotografías y el desarrollo o desplazamiento del significado a lo largo de la historia, su potencial cognitivo adquiere importancia.

Hoy consideramos a las imágenes como una posibilidad de representar lo deseado, la capacidad de hacer y de ver imágenes radica en el límite con la experiencia. Pensemos en la pieza más controversial de la XVII Bienal, *Linde* de Carlos Iván Hernández Álvarez. La escultura de alambre de púas con pelos de vaca, una instalación desde el arte contemporáneo funciona como una representación del paisaje en donde “el alambre de púas opera como una imagen sintética” (de la Garza y Domínguez, 2016) como índice del límite de un territorio. La recepción e interpretación del público en general es probablemente el ejemplo ideal que refleja la urgencia de reflexionar en nuestra forma de ver imágenes.

La imagen puede ser aquello representado en el imaginario, la producción de un ideal verosímil deseado o el objeto mismo que cumple con cualidades fotográficas.

Por lo anterior, considero que la única forma de construir una cultura visual crítica es a partir de una pedagogía visual.

Bibliografía

- Batchen, Geoffrey. (1999). *Burning with Desire. The Conceptions of Photography*. MIT-Press.
- Cadava, E. (1997). *Words of Light: Theses on the Photography of History*. Princeton University Press.
- Caro, S. y Trinidad Silva. (2008). “Epicuro: Epístola a Heródoto: introducción, traducción y notas” en *Onomázein* 17 (2008/1), pp. 135–170.
- Coughlan, Sean. (2017). “Qué es la ‘posverdad’, el concepto que puso de moda el ‘estilo Trump’ en Estados Unidos”, en *BBC Mundo*, 12 enero 2017 <http://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-38594515>
- De la Garza A. e I. Domínguez. (2016). xvii Bienal de Fotografía: *Anacronismo de las imágenes: Documentos y recuperaciones*. <http://centrodelaimagen.cultura.gob.mx/bienal-de-fotografia/xvii/presentacion.html>
- Ferrater Mora, J. (2004). *Diccionario de filosofía*. Ariel. (4 volúmenes).
- Flusser, Vilém. (1990). *Hacia una filosofía de la fotografía*. Trad. E. Molina, Editorial Trillas.
- Fontcuberta, Joan. (2010). *La cámara de Pandora. La fotografi@ después de la fotografía*. Gustavo Gili.
- García A. (2012). “¿Qué es un aparato estético?” En: *la Fuga*, 14, Santiago de Chile: Editorial Metales Pesados.
- Goodrich, R. A. (2008). “Review of Kerry Freedman, Teaching Visual Culture: Curriculum, Aesthetics and the Social Life of Art”. *Journal of Visual Arts Practice*, vol. 7, 1, pp. 95–100.
- Kozinets, Robert, Anthony Patterson y Rachel Ashman. (2017). “Networks of Desire: How Technology Increases Our Passion to Consume”, *Journal of Consumer Research*, vol. 43, no. 5, pp. 659–682.

- Lewis, Tyson E. (2010). "The Future of the Image in Critical Pedagogy" in *Studies in Philosophy and Education*, vol. 30, pp. 37–51.
- Lowenfeld, Viktor y W. Lambert Brittain. (1947). *Creative and Mental Growth*. New York: Macmillan Co.
- Mirzoeff, N. (2016). *Cómo ver el mundo. Una nueva introducción a la cultura visual*. Paidós.
- Mitchell, W. J. (1994). *The Reconfigured Eye: Visual Truth in the Post-Photographic Era*. MIT Press.
- Raggi, Adriana. (2017). "De cómo la educación nos falló o le fallamos a la educación: en torno a la xvii Bienal de Fotografía", <http://adrianaraggi.com/de-como-la-educacion-nos-fallo-o-de-como-le-fallamos-a-la-educacion-en-torno-a-la-xvii-bienal-de-fotografia/>
- Rojas Mix, Miguel. (2006). *El Imaginario. Civilización y cultura del siglo xxi*. Buenos Aires: Prometeo.
- Ruiz, Iván. (2017). "Every night temo ser la dinner, una práctica antagónica", <http://gastv.mx/every-night-temo-ser-la-dinner-una-practica-antagonica-por-ivan-ruiz/>
- Van Gelder, H., & H. Westgeest. (2011). *Photography Theory in Historical Perspective*. Wiley-Blackwell.
- Walden, Celia. (24 May 2016). "We take 1 million selfies every day—but what are they doing to our brains?" in *The Telegraph* <http://www.telegraph.co.uk/women/life/we-take-1-million-selfies-every-day---but-what-are-they-doing-to/>

LAS REVISTAS CIENTÍFICAS EN LA ECONOMÍA CREATIVA: EXPLORANDO LAS FISURAS

KARLA PANIAGUA RAMÍREZ¹

Al adquirir el libro que está en sus manos —incluso si al leerlo se saltó algunas líneas o también algunos párrafos, ejerciendo así sus derechos como lector, según Daniel Pennac—, usted contribuyó a la economía creativa.

Los autores que escribieron cada uno de los textos que componen este volumen, junto con los editores que coordinaron el proceso, los diseñadores que formaron e ilustraron el libro, los impresores, la institución académica o gubernamental que respaldó la publicación de la obra, así como los comerciantes informales que infringieron la Ley Federal del Derecho de Autor para mercadear este memorable trabajo en los vagones del Metro de la Ciudad de México, contribuyeron al vibrante ámbito de la economía creativa, entendida como “un sistema para la producción, intercambio y uso de productos creativos” (Howkins, 2001).

Pero ¿qué es un *producto creativo*? Lo es este volumen y también aquella gigantografía publicitaria que le arrancó una sonrisa en una vía rápida, esa película estre-mecedora, la nueva temporada de la serie televisiva que esperó con ansias, el traje a rayas que le guiñó el ojo desde el aparador y ese videojuego que tantas horas de sueño le ha robado en fechas recientes. Todos son productos que implican inspiración en el marco de una cadena productiva

La economía creativa se alimenta de las ideas, en particular de aquellas que se convierten en propiedad intelectual e industrial. Por tanto, está estrechamente vinculada con las industrias culturales y creativas, cuyo universo se configura de forma distinta de acuerdo con el modelo del cual se abreve, según se indica en la ilustración 1 (UNESCO, 2013:24).

¹ Licenciada en Comunicación social por la UAM-X, maestra en Antropología social por el CIESAS y doctora en Estudios Transdisciplinarios de la Cultura y Comunicación (ICONOS, 2012). Tiene más de 10 años de experiencia como investigadora, docente y consultora en Semiótica, Análisis discursivo y Antropología visual. Es autora de los libros: *El documental como crisol. Análisis de tres clásicos para una antropología de la imagen* y *Pobre amor heterosexual*. Desde el 2000 edita la columna de análisis cinematográfico “Cinemantropos” en *Ichan Tecolotl*, CIESAS y sus artículos de investigación y divulgación se han publicado en *Cuicuilco*, *El Universo del Búho*, *Metapolítica* y *Tierra Adentro*, entre otras revistas.

Sistemas de clasificación de las industrias culturales y creativas

1. Modelo dcms Publicidad Arquitectura Arte y mercado de antigüedades Artesanía Diseño Moda Cine y video Música Artes escénicas Industria editorial <i>Software</i> Televisión y radio Videojuegos y juegos de computadora	2. Modelo de textos simbólicos Industrias culturales principales Publicidad Cine Internet Música Industria editorial Televisión y radio Videojuegos y juegos de computadora Industrias culturales periféricas Artes creativas Industrias culturales fronterizas Aparatos electrónicos Moda <i>Software</i> Deportes	3. Modelo de los círculos concéntricos Artes creativas nucleares Literatura Música Artes escénicas Artes visuales Otras industrias culturales principales Cine Museos y bibliotecas Industria cultural ampliada Servicios del patrimonio Industria editorial Grabación de audio Televisión y radio Videojuegos y juegos de computadora Industrias relacionadas Publicidad Arquitectura Diseño Moda
--	--	--

4. Modelo de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) Industrias que dependen principalmente de los derechos de autor Publicidad Entidades de gestión colectiva Cine y video Música Artes escénicas Industria editorial <i>Software</i> Televisión y radio Artes gráficas y visuales Industrias que no sólo dependen del derecho de autor Arquitectura Ropa, clazado Diseño Moda	Utensilios domésticos Juguetes Industrias interdependientes relacionadas con el derecho de autor Estudios de grabación Productos electrónicos de consumo Instrumentos musicales Industria papelera Fotocopiadoras, equipos fotográficos	5. Modelo del Instituto de Estadísticas de la UNESCO Industrias en ámbitos culturales fundamentales Museos, galerías y bibliotecas Artes escénicas Festivales Artes visuales, artesanías Diseño Industria editorial Televisión, radio Cine y video Fotografía Medios de comunicación Industrias en ámbitos culturales ampliados Instrumentos musicales Equipos de sonido Arquitectura Publicidad Equipos de impresión <i>Software</i> <i>Hardware</i> audiovisual	6. Modelo de Americanos por las artes Publicidad Arquitectura Escuelas de arte y servicios Diseño Cine Museos, zoológicos Música Artes escénicas Industria editorial Televisión y radio Artes visuales
--	---	---	--

Ilustración 1. Sistemas de clasificación de las industrias culturales y creativas. Fuente: Informe sobre la economía creativa, UNESCO, 2013 publicado en 2014.

Para efectos de este trabajo, los sectores productivos a los cuales se hace referencia corresponden al primer modelo, diseñado por el Departamento de Cultura, Medios y Deporte del Reino Unido (DCMS, por sus siglas en inglés).

Dado que contribuye significativamente al crecimiento local y regional, conviene en principio clarificar a qué nos referiremos con creatividad.

I defined creativity as the process of becoming sensitive to problems, deficiencies, gaps, in knowledge, missing elements, disharmonies, and so

on; identifying the difficult; searching for solutions, making guesses, or formulating hypotheses and possibly modifying them and retesting them; and finally communicating the results (Torrance).²

En este orden de ideas, los profesionales de la creatividad son personas de su época (y en ocasiones, adelantadas a su tiempo) capaces de encontrar en los escollos de su contexto, oportunidades para resolver problemas mediante el ingenio, aunque el ejercicio del pensamiento creativo no siempre derive en productos tangibles y/o rentables:

Creative thinking at its best leads to tangible products, such as a plan, a story, a poem, a painting, a musical composition, an invention, or a scientific theory. But most creative thinking is of a more common, home-grown variety, without any distinguished product. The activity may not even emerge in a visible product at all (...).³

The Structure of Intellect abilities most relevant to creative thinking come in the operation category of divergent production and the product category of transformation. Without either or both of these features being involved in the thinking episode, we cannot say that creative thinking has taken place. (1977:160)⁴

Cuando el pensamiento creativo logra materializarse en un *entregable*, podemos hablar de un producto creativo (ilustraciones 2, 3, 4); y cuando este producto forma parte de una cadena de valor, capaz de generar fuentes de empleo, propiedad intelectual y/o industrial y utilidades, podemos hablar de economía creativa.

² Defino creatividad como el proceso de volverse sensible a los problemas, deficiencias, lagunas, en el conocimiento, elementos perdidos, desacuerdos, etc., identificar una dificultad, buscar solucionarla, conjeturar o formular hipótesis y probablemente modificarlas y repetir las pruebas y finalmente comunicar los resultados (Torrance).

³ El pensamiento creativo en el mejor de los casos nos conduce a productos tangibles. Tales como un plan, una historia, un poema, una pintura, una composición musical, una invención o una teoría científica. Pero la mayor parte del pensamiento creativo es de una naturaleza más común y corriente que no nos ofrece un producto específico. La actividad ni siquiera permitirá crear algún tipo de producto visible (...).

⁴ La estructura de las capacidades intelectuales más importantes para el pensamiento creativo aparece en dos categorías, la operativa de producción divergente y la productiva de transformación. Si no se presenta cualquiera de ellas o ambas en el episodio (o momento) del pensamiento, no podemos decir que se haya manifestado el pensamiento creativo.



Ilustración 2. Proyecto de diseño industrial 3Dx100. Un producto creativo diseñado por alumnos de CENTRO para la generación de otros productos creativos, Fuente: Archivo CENTRO, 2016.



Ilustración 3. *Códec*, pieza interactiva para Google México creada por alumnos y profesores de Interacción y medios digitales de CENTRO. Fuente: Archivo CENTRO, 2017.



Ilustración 4. Diseño de indumentaria creado por alumnos de CENTRO, *Mercedes Benz Fashion Week* 2017. Fuente: Archivo CENTRO, 2017.

El objetivo de este ensayo es reflexionar en torno al papel que desempeñan las revistas científicas en el rubro de la economía creativa, explorando para ello los requerimientos mínimos para optimizar su participación en este territorio e identificando algunas fisuras que comprometen su apogeo. Asimismo, se revisará el caso específico de la revista *Economía Creativa*, editada por Centro de diseño, cine y televisión (CENTRO), a fin de sintetizar lecciones útiles para otros medios de comunicación.

Aunque corresponden a modelos diferentes, la visión del DCMS y de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI) coinciden en destacar la importancia de la propiedad intelectual e industrial como indicador de la “economía creativa”, de ahí que las transacciones comerciales asociadas con los derechos de autor, la participación de estas industrias en el Producto Interno Bruto y su potencial para generar fuentes de empleo, nos brinden parámetros para avizorar la importancia actual y futura de este sector.

Como puede apreciarse en las ilustraciones 5 y 6, la participación de las industrias que implican derechos de autor reviste una importancia crucial (WIPO) para el Producto Interno Bruto (PIB) y el empleo; en este tenor, cabe enfatizar el liderazgo de México como cabeza principal en la creación de puestos de trabajo para el sector, esto sin considerar la economía sombra, que también genera empleo y utilidades.

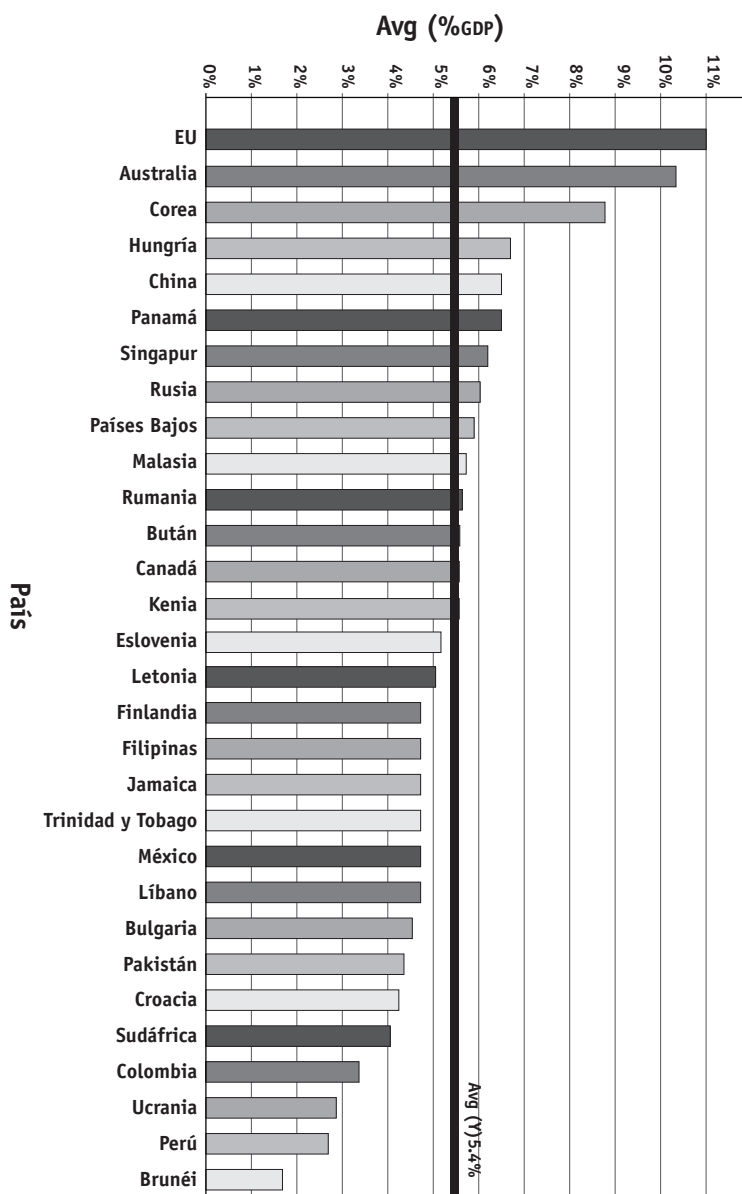


Ilustración 5. Contribución de las industrias de registro de derechos de autor al PIB por país. Fuente: WIPO, 2012.

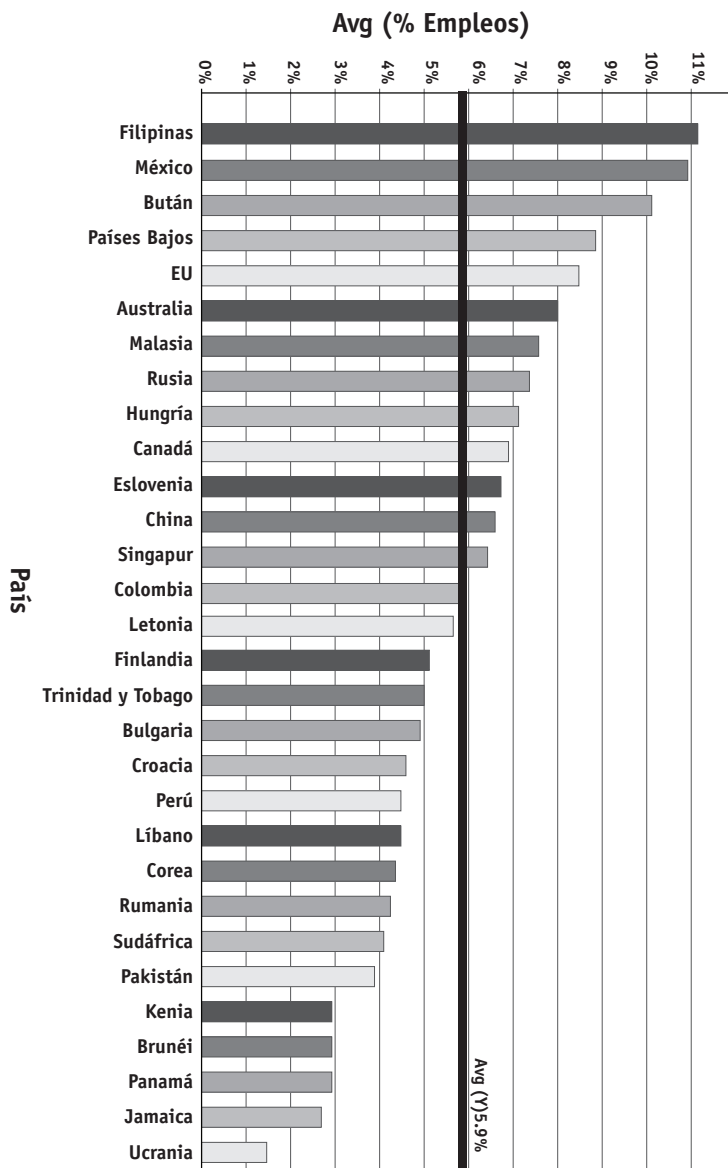


Ilustración 6. Contribución de las industrias de registro de derechos de autor a la generación de empleo por país. Fuente: WIPO, 2012.

Para el 2015, el Instituto Mexicano para la Competitividad señaló que las industrias creativas y culturales contribuían con un 6.7% del PIB (IMCO) en México, tendencia congruente con la ilustración 5.

Como puede apreciarse en la ilustración 6, México y Filipinas se encuentra entre los países cuyas industrias creativas generan más empleos creativos ¿Qué sucede cuando un país acicatea el crecimiento de las industrias creativas? Más y más personas pueden contar con un trabajo que les permita vivir dignamente y prosperar, más empresas pueden abrirse paso y subsistir, más cadenas productivas generan dividendos y en esta medida, se genera crecimiento nacional, regional y mundial.

El ecosistema creativo de las revistas científicas

Tal como lo señala John Howkins (2001), para que la creatividad se convierta en un motor de desarrollo, requiere un ecosistema que le permita prosperar, como un crisol propicio para que un cultivo se incube y crezca expansivamente. Los entornos que son favorables para la creatividad comparten el cambio, la diversidad, el aprendizaje y la adaptación como rasgos en común (31). En estos hábitats, afirma el autor, los profesionales pueden imitar, colaborar y competir, imprimiéndole su compás al sector⁵.

¿Qué es lo que hace que una revista científica lo sea? Su especialización en determinado tema, su periodicidad, su calidad, garantizada por la revisión y aprobación de los contenidos que se publicarán (en detrimento de las propuestas que no logran cumplir con los lineamientos de la publicación), su capacidad para generar discusión en torno a un tema, entre otros atributos (APA).

Las revistas científicas son un caldo de cultivo para la imitación, la colaboración y la competencia. Como en cualquier otro terreno creativo, en la fase de aprendizaje los autores replican estructuras y estrategias puestas en juego por sus antecesores, no solamente repitiendo sus secuencias, sino citándolos de manera explícita para retomar, aplicar o replicar sus ideas: esta práctica no sólo es pertinente, sino prescriptiva. Se espera que los aprendices copien (¡citando la fuente original, por favor!) para aprender.

⁵ Recomendamos la lectura de la entrevista a John Howkins realizada por Donna Ghelfi: "El motor de la creatividad en la economía creativa. Entrevista a John Howkins" editado por IMPI, Organización Mundial de la Propiedad Intelectual en: www.wipo.int/sme/es/documents/er_interview_howkins.html. Nota de los editores.

En la misma medida, los autores del arte y el diseño editorial de una revista científica hicieron dibujo de imitación cuando hacían sus pininos universitarios, colaboraron y colaboran con sus colegas para producir cada número de la publicación y compiten para lograr idear la propuesta más atractiva e interesante posible. El acto creativo no se restringe a la escritura del contenido.

Es un hecho que crear, lo mismo en el terreno artístico que en el de la ciencia, rara vez es un acto solitario: los autores invocan la voz y la mirada de sus colegas, conversan con interlocutores en busca de retroalimentación, bocetan e implementan mejoras en repetidas ocasiones durante la confección. En la etapa de arbitraje, cada autor compete con otros tantos por un lugar en la revista, persecución que se exagera en tanto la tasa de rechazo de las publicaciones periódicas constituye un parámetro internacional de calidad editorial (mismo que merece ser cuestionado de manera urgente⁶).

¿Y qué decir del cambio, la diversidad, el aprendizaje y la adaptación? Las publicaciones periódicas dan cuenta del cambio en la generación de conocimientos a un ritmo más veloz en relación con los libros (y más lento en relación con los blogs, los vlogs⁷, los podcasts, entre otras posibilidades); su vocación es diversa y representativa de cada ámbito de especialidad y por supuesto, su existencia está íntimamente ligada con los procesos de enseñanza–aprendizaje, sobre todo en lo que hace a la educación en grado y posgrado.

Sin embargo, una de las fisuras que enfrentan las publicaciones periódicas en la era del acceso abierto, es la de la adaptación en los formatos y en las restricciones de divulgación para garantizar su subsistencia. En este sentido, la publicación en revistas indexadas con alto factor de impacto es el verdadero nombre del juego.

La calidad de una revista indizada se garantiza mediante estándares que la publicación debe cumplir al pie de la letra, entre los que destaca la revisión entre pares. Dentro de este universo existen subclasificaciones de acuerdo con el factor de impacto, es decir, el promedio de veces que un artículo publicado en dicha revista es referenciado en otras fuentes (Garfield); este promedio es consultado en

⁶ Para las personas interesadas en el tema, véase Pascal Rocha da Silva, (2012) *Selecting for impact: new data debunks old beliefs* en Frontiers <https://blog.frontiersin.org/2015/12/21/4782/> El autor concluye que no existe una relación comprobable entre la tasa de rechazo y el factor de impacto de las revistas.

⁷ Son blogs que tienen mayoritariamente videos, también se les llama videoblogs. Nota de los editores.

el *Journal Citation Report* de la editorial Thompson Reuters, que por supuesto, se comercializa.

Acceso abierto

En el 2001, se firmó en Budapest la “Iniciativa de acceso abierto” del programa de información del *Open Society Institute*.⁸ En esta se trazaron dos caminos posibles para la divulgación de contenido científico:

I. Auto Archivo (vía verde): Los académicos requieren de herramientas y asistencia para depositar sus artículos referidos en archivos electrónicos abiertos, una práctica comúnmente denominada "auto-archivo". Cuando estos archivos alcanzan los estándares creados por la “Iniciativa de acceso abierto”, los buscadores y otras herramientas pueden tratar los archivos separados como uno. Los usuarios no necesitan saber qué archivos existen o dónde se localizan para encontrarlos y usar su contenido.

II. Publicaciones periódicas de “acceso abierto” (vía dorada): Los académicos necesitan los medios para crear una nueva generación de publicaciones periódicas comprometidas con el acceso abierto y para ayudar a las existentes que son elegibles para hacer la transición al acceso abierto. Debido a que los artículos de estas publicaciones deberán diseminarse tan ampliamente como sea posible, las nuevas publicaciones no podrán invocar restricciones de acceso por asuntos del *copyright* del material que publican. En cambio, usarán el *copyright* y otras herramientas para asegurarse del permanente acceso abierto a todos los artículos que publiquen. Debido a que el precio es una barrera al acceso, estas nuevas publicaciones no cargarán cuotas de suscripción ni acceso y buscarán otras formas para cubrir sus gastos.

A quince años de la iniciativa de Budapest, miles de contenidos científicos antaño reservados para consumo exclusivo de los suscriptores de revistas impresas, se

⁸ Los orígenes del “acceso abierto” en las revistas científicas se remontan a los 90, cuando comenzaron a habilitarse los primeros repositorios electrónicos. Véase, el Reporte Finch: “Accessibility, sustainability, excellence: how to expand access to research publications”, 2012. En este mismo documento fundacional (sección 8) se anuncia la transición de un sistema de pago por parte del lector a un sistema de pago por parte del autor.

han puesto al alcance de más usuarios mediante versiones electrónicas accesibles en repositorios especializados como EBSCO, JSTOR, ProQuest y por supuesto, el monstruo de los bancos de información científica, SCOPUS de Elsevier, así como directamente en las páginas de las revistas de vía dorada.

El acceso abierto en sí mismo entraña sus propias paradojas al no ser total, siguiendo a Fischman y Alperin (2015):

(...) cuando nos referimos a la producción científica regional hay que tomar en cuenta que, en términos cualitativos, una parte importante de la misma se publica fuera de la región en revistas que no suelen ser de acceso abierto. La ironía es que los sistemas de promoción de la investigación suelen dar mayores “incentivos” para que investigadores/as publiquen sus resultados en revistas internacionales con mayor “factor de impacto”. La tendencia es que a mayor factor de impacto más difícil es el acceso a esa publicación en términos de costos (muchas bibliotecas no pueden pagar la suscripción) e idioma (mayoritariamente en inglés). Este modelo de incentivos, fuertemente asociado con el uso de Factor de Impacto, genera la irónica situación donde una parte importante de la producción regional, que ha sido pagada con fondos públicos, sobre temáticas relevantes para la región y con posibles beneficios al público que los financió, no son accesibles incluso dentro de la región.

Los acervos que sistematizan y permiten recuperar estos contenidos comercializan su servicio porque los artículos que contienen lo valen en mayor o menor medida. Cada artículo es resultado del dislate de alguien que consideró su idea tan valiosa como para sacarla de sí mismo y articularla en una cadena lógica, capaz de colocar un argumento. El valor de estas ideas es tal, que es preciso pagar por consultar este contenido y por eso soluciones radicales como Libgen y Sci-Hub están poniendo en jaque a estos *moais* del mundo editorial, haciendo accesibles estos textos científicos para cualquier persona que tenga acceso a Internet: el sueño del acceso abierto para todos (los usuarios de la red).⁹

Si las revistas científicas forman parte de las industrias generadoras de propiedad intelectual, para que contribuyan a la economía creativa, su capacidad de monetiza-

⁹ Acerca de la reciente demanda que Elsevier presentó y ganó en contra de SciHub por violación a la propiedad intelectual, véase: J. Bohannon, Who's downloading pirated papers? Everyone <http://www.sciencemag.org/news/2016/04/whos-downloading-pirated-papers-everyone> y Schiermeier, Q., “us court grants Elsevier millions in damages from Sci-Hub” en *Nature*, <http://www.nature.com/news/us-court-grants-elsevier-millions-in-damages-from-sci-hub-1.22196>

ción en el ecosistema debe quedar cubierta, como ocurriría en el caso de cualquier *start up* creativa; el acceso abierto propicia, a la vez que dificulta esta meta, abriendo la información, pero restringiéndola para otros y transfiriendo los costos al autor, al lector o a la institución académica y movilizandolos las ganancias de este mercado a los servicios que circundan al producto creativo.

Siguiendo al experto en procesos inventivos, Genrich Altshuller, la dependencia de los atributos de un mismo sistema puede traer consigo efectos indeseables cuando se produce una mejora significativa: “Taking specific conditions into account, a designer chooses the most favorable combination of characteristics. Yet, while something is always gained, something else is also lost”¹⁰ (1999:89), de manera que el acceso abierto trae consigo efectos indeseables en otras condiciones del mismo sistema (dificultades para financiar las publicaciones periódicas).

Poner en manos del usuario una publicación con cierta validez científica involucra el trabajo de muchos profesionales. En el caso de las revistas de vía verde que no cobran suscripciones, los gastos editoriales que antaño se subsanaban mediante el pago de membresías se han transferido paulatinamente a otro jugador de la misma cadena de suministro.

En ocasiones afortunadas las universidades absorben los costos de producción, en otros, estos se transfieren al autor (López-Torres) bajo la denominación de: “cargos por procesamiento de artículo” (APC, por sus siglas en inglés),¹¹ mismos que incluyen, entre otros servicios: el proceso de arbitraje entre pares (*peer-to-peer*); la corrección de los textos; la cosecha del artículo para su mayor difusión en bases de datos especializadas; la identificación y sistematización de citas del texto en otras publicaciones; la marcación en lenguaje extensible (XML, por sus siglas en inglés), el almacenamiento y la divulgación.

El costo de los APC varía según el país, la institución y la disciplina a la cual pertenece la revista, pero digamos que en una estimación preliminar puede oscilar entre los \$7,000 y los \$15,000 pesos (Paniagua, 2016). La lógica de la convención de Budapest es que los APC de los investigadores adscritos a universidades pueden ser cubiertos por su propia institución o por otras organizaciones, pero ¿qué es lo que pasa en aquellos casos en los

¹⁰ “Tomando en cuenta condiciones específicas, un diseñador elige la combinación más favorable de características. A pesar de esto, siempre se gana algo, pero también algo se pierde” (1999:89).

¹¹ En el caso de México, estos cargos pueden solventarse mediante el apoyo financiero que reciben los miembros del SNI, o bien la universidad puede absorberlos si la revista pertenece al Índice de Revistas Mexicanas de Divulgación Científica y Tecnológica del CONACYT.

que la universidad no cuenta con una partida para asumir este costo? Muy sencillo, los autores absorben el costo de la publicación, al igual que el cantante independiente financia la producción de su material o el cineasta reúne fondos a través de financiamiento en masa (*crowdfunding*) cuando no cuenta con un mecenas, especie en peligro de extinción.

Mientras que en su calidad de productos creativos las revistas científicas dan cuenta del cambio, ofrecen un espacio de expresión de la diversidad y promueven el aprendizaje, por otro lado, enfrentan dificultades para adaptarse ante un mercado cambiante y cada vez más desigual en el que los repositorios, los servicios de consultoría para la indexación, los servicios de asistencia editorial para autores y las agencias que analizan el impacto de las revistas, acumulan onerosas ganancias, que quizás no son inmerecidas pero resultan muy contrastantes con las utilidades que una revista puede producir. Tan solo en el 2016, Elsevier reportó ganancias por 9.34 billones de dólares (Amigobulls). Dudo que incluso la revista *Harvard Business Review* haya logrado utilidades siquiera cercanas a esa cifra.

Puedo adivinar su réplica. Las revistas científicas no nacieron con fines lucrativos, sino de comunicación y divulgación. Coincido por completo con su punto de vista. Las publicaciones periódicas son medios de comunicación, no empresas emergentes. Sin embargo, deben monetizar para seguir comunicando, así de sencillo.

Portadas de la revista *Economía Creativa*

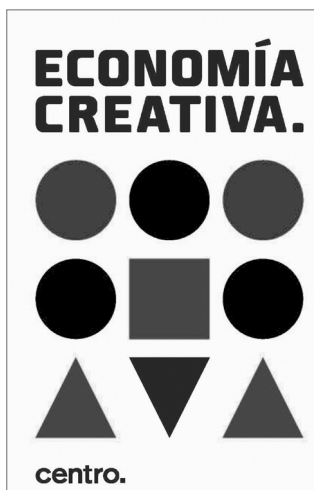


Ilustración 7. Portada *Economía Creativa* 6, diseñada por Sergi Rucabado, creador y profesor de CENTRO.

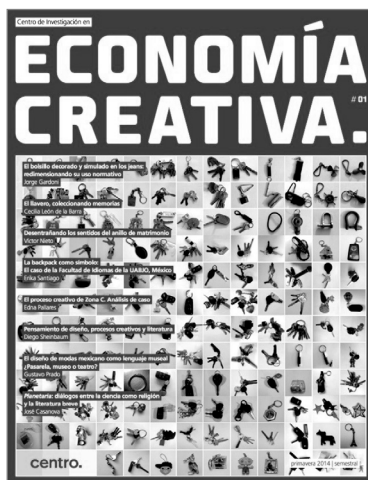


Ilustración 8. Portada *Economía Creativa* 1, diseñada por Cecilia León de la Barra, creadora y profesora de CENTRO.

Economía Creativa es una publicación fundada en el 2013 que forma parte de un universo de más de 100 revistas científicas dedicadas al quehacer de las industrias de la creatividad (SCOPUS). Es publicada por Centro de diseño, cine y televisión (CENTRO), institución de educación superior dedicada a la formación de profesionales de la “Economía de la Creatividad”. Para este momento tengo absoluta certeza de que he utilizado el término *creatividad* o sus derivaciones más de lo que cualquier lector puede soportar, por lo que procuraré restringir al máximo su uso (para lo cual requeriré muchas destrezas innombrables).

La publicación es semestral, se arbitra entre pares en la modalidad de doble ciego, publica contenidos en español o inglés y actualmente se difunde de manera electrónica e impresa bajo demanda en Hispanoamérica, principalmente, ya sea mediante el micrositio de la propia revista o a través de las bases de datos Biblat, Dialnet, Redib, Latindex y Periódica, a las cuales pertenece.

La participación en las bases de datos antes mencionadas implica una serie de buenas prácticas como: suscribir y explicitar un código ético; brindar instrucciones claras y transparentes para los autores y los réferis; publicar la revista de manera puntual; generar metadatos asociados con el contenido editorial; entre una plétora de acciones que deben implementarse y mantenerse para garantizar la calidad de la revista.

La propiedad intelectual de los colaboradores de cada número (autores, ilustradores, diseñadores) les pertenece, si bien se les solicita una licencia de derechos exclusivos sobre la edición. En este sentido, la revista reconoce la importancia de la propiedad intelectual en los términos establecidos por la OMPI.

¿Cómo monetiza esta publicación? Es muy sencillo: la revista no genera ingresos, incluso la versión impresa es parcialmente subvencionada por la institución, si bien se espera acceder al índice de revistas del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT) en un futuro cercano para lograr que sea auto sostenible.

Al cierre de esta edición, la revista cuenta con 7 números publicados conformados por un total de 36 artículos de investigación y 16 reseñas, elaborados ambos por 60 autores de Argentina, Brasil, Colombia, España, México, Reino Unido y Venezuela. En el complejo proceso de revisión de cada texto participan una gran cantidad de árbitros, héroes anónimos que, al día de hoy, suman 90 investigadores nacionales e internacionales que participan pro bono en esta red para la generación y divulgación del conocimiento (Ángeles).



Ilustración 9. El equipo editorial de *Economía Creativa*. Fuente: Archivo CENTRO.

¿Qué otros jugadores vitalizan el ecosistema de la publicación? (Ilustración 9) Traductores, ilustradores invitados, diseñadores editoriales, diseñadores *web*, traductores, editores, árbitros, estudiantes de grado que crean la portada y los interiores, estudiantes

de posgrado que colaboran como réferis, agregadores externos, consejeros consultivos, administradores de bases de datos, promotores y embajadores de la marca.

El caso de esta revista ilustra las fisuras que las publicaciones periódicas enfrentan para participar de manera más contundente en la economía creativa. Cuentan con todos los elementos necesarios para lograrlo, generando empleos y así, contribuyendo al PIB; sin embargo, la tendencia del acceso abierto y la voracidad de los servicios periféricos dan lugar a una conyuntura compleja, cuya solución no es dar marcha atrás. Nos encontramos atascados, igual que Artax¹² en los pantanos de la tristeza.

Al igual que *Economía Creativa*, otras revistas alrededor del mundo luchan por subsistir y mantener su participación activa como nodos de colaboración y competencia, enfrentando la encrucijada de cobrar a los autores por publicar, buscar patrocinadores comprometidos con la línea editorial, hacer magia o fenecer.

El lugar de las revistas científicas en el territorio de la economía creativa es indiscutible como nodos de comunicación e integración sectorial. Mucho queda por hacer en el camino rumbo a una participación más consolidada.

Bibliografía

- Altshuller, G. *The Innovation Algorithm: TRIZ, Systematic Innovation and Technical Creativity*. Worcester: Technical Innovation Center Inc, 1999.
- Amigobulls. *Reed Elsevier Annual Income Statement (NYSE:RENX)*. n.d. <https://amigobulls.com/stocks/RENX/income-statement/annual>. 22 06 2017.
- Ángeles, Cristina y Vania Policanti. Implementadoras de la encuesta en línea para la elaboración del artículo “¿Cuánto cuesta ser un gran mandarín? Sobre los cargos por procesamiento de artículos científicos” de Karla Paniagua en, <http://economia.nexos.com.mx> 2016. Texto electrónico.
- American Psychological Association, APA, “What Are Scientific Journals?” 01 06 2000. <http://www.apa.org/about/gr/issues/review/journal-fact.aspx>. 22 06 2017.

¹² Artax es el corcel de Atreyu, personaje de la novela de Michael Ende *La historia interminable*. Nota de los editores.

- Fischman, G. y J. P. Alperin eds. *Hecho en Latinoamérica: acceso abierto, revistas académicas e innovaciones regionales*. Buenos Aires, CLACSO, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 2015.
- Garfield, E. "The History and Meaning of the Journal Impact Factor." *Journal of American Medical Association* (2005): pp. 90–96.
- Guilford, J. P. *Way Beyond the IQ. Guide to Improving Intelligence and Creativity*. New York: The Creative Education Foundation, 1977.
- Howkins, John. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*, Penguin.
- IMCO. *Industrias Creativas y Obra Protegida. Informalidad, redes ilegales, crecimiento de la industria y competitividad en México*. México, Instituto Mexicano de la Competitividad, A.C, y Motion Pictures Association, 08–2015. Texto electrónico.
- López-Torres Hidalgo, Jesús. "Pagar por publicar en revistas científicas." *Revista clínica de medicina de familia*, vol. 8, núm. 3, pp. 179–181, (2015).
- Paniagua, K. "¿Cuánto cuesta ser un gran mandarín? Sobre los cargos por procesamiento de artículos científicos." en *Nexos, Sección: Economía y sociedad*, octubre 27 de 2016. <http://economia.nexos.com.mx/?p=220>.
- Pennac, Daniel "Los derechos del lector." 1992. Derecho UNAM . <http://www.derecho.unam.mx/integridad-academica/pdf/derechos-del-lector.pdf>. 21 06 2017.
- SCOPUS. <https://www.scopus.com/> y <https://blog.scopus.com>
- Torrance, E. P. *The Torrance Tests of Creative Thinking: Norms–Technical Manual. Research Edition. Verbal Tests, Forms A and B, Figural Tests, Forms A and B*. Bensenville: Scholastic Testing Service, 1966.
- UNESCO. *Informe sobre la economía creativa 2013*. Nueva York: Naciones Unidas/PNUD/ UNESCO, 2014.
- WIPO. *Copyright+Creativity=Jobs and Economic Growth*. Wipo Studies on the Economic Contribution of the Copyright Industries, WIPO, 2012.

Autoras y autores

Johanna C. Ángel Reyes. Antropóloga y Maestra en Comunicación. Doctora en “Cultura y educación en América Latina” con mención en “Comunicación y cultura”, por la Escuela Latinoamericana de Posgrado de la Universidad ARCIS en Santiago de Chile donde se tituló con mención máxima. Ha trabajado como coordinadora y curadora de exposiciones en colaboración con museos e instituciones académicas nacionales e internacionales. Es fundadora de Acacia arte y cultura 360°, plataforma de gestión, promoción, investigación y capacitación, que realiza proyectos en México y el extranjero. Es autora de diversos textos publicados en libros, revistas arbitradas, memorias y páginas web y coordinadora de varios volúmenes colectivos. Ponente, conferencista y moderadora en diferentes congresos, coloquios y eventos de difusión de la investigación a nivel nacional e internacional. Realiza investigación social de manera permanente desde 2007, además de dedicarse a los “Estudios críticos de la cultura” en la Universidad Iberoamericana, Ciudad de México, donde se desempeña también como docente en los Departamentos de Arte y Comunicación. Perteneció al Sistema Nacional de Capacitación Cultural de la Secretaría de Cultura (antes CONACULTA). Dentro de los temas de su especialidad se encuentran el arte popular y las artes decorativas, los imaginarios de lo popular, la crítica, la gestión cultural y el espectáculo en América Latina.

Edgar Josué García López. Candidato a Doctor en Ciencias y Humanidades para el Desarrollo Interdisciplinario por la UNAM y la UADEC. Diplomado en Metodología de Investigación por el Grupo de Acción en Cultura de Investigación (GACI)

y Diplomado en Metodologías de Investigación Participativa por la Universidad Complutense de Madrid. Maestro en Educación por la Universidad del Centro de México. Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Autónoma de San Luis Potosí. Ha sido investigador, docente y administrador educativo desde 1996 en diversas universidades. Consultor en el sector público y privado. Experiencia en gestión de micro y pequeñas empresas. Experiencia en diseño curricular e innovación educativa. Sus principales líneas de investigación versan sobre Ingeniería en Comunicación Social en relación con: cultura de participación, consumo cultural, ocio, desarrollo local, educación, espacio público y colectivos sociales. Miembro activo del Grupo Ingeniería en Comunicación Social (GICOM) y de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (AMIC) entre otros. Cuenta con diversas publicaciones sobre sus áreas de interés. Actualmente es Profesor-investigador en la Universidad del Centro de México.

María Magdalena López de Anda. Siendo alumna de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación le tocó vivir el cambio entre los procesos de producción análogos y los digitales, lo que despertó su curiosidad sobre el peso de la mediación tecnológica en la construcción del mensaje. Con el paso de los años se amplió su interés a comprender cómo el uso de tecnologías telemáticas interviene en nuestra manera de conocer, ser y estar. Su abordaje sobre estos intereses ha sido múltiple: ha desarrollado decenas de proyectos de comunicación multimedia; ampliando su formación en filosofía, educación y sociología; es profesora de discurso hipermedial, ciberculturas, narrativa interactiva; en este momento investiga sobre la comunicación en mundos virtuales, videojuegos, aprendizaje y tecnología. Es Licenciada en Comunicación con especialidad en Educación y Procesos cognitivos, Maestra en Sociedad de la Información y Doctora en Sociedad de la Información y el Conocimiento. Profesora-investigadora del Departamento de Estudios socioculturales del ITESO. Actualmente coordina la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la misma institución, cuyo proyecto formativo asume el reto de la producción de sentido hipermedia y reticular: de la calle, a los medios y el Internet. Es una apuesta política y ciudadana para aprender, formar, investigar e intervenir.

Karla Paniagua Ramírez. Es Doctora en Estudios Transdisciplinarios de la Cultura y Comunicación (ICONOS), Maestra en Antropología Social (CIESAS) y Co-

municóloga (UAM-X). Actualmente colabora como Coordinadora de investigación, editora en jefe y directora de la especialidad en “Diseño del mañana” en el Centro de diseño, cine y televisión (Ciudad de México). Es autora de los libros *El documental como crisol. Análisis de tres clásicos para una antropología de la imagen* (UV/CIESAS, 2007|2014), *Pobre amor heterosexual* (Lenguaraz, 2008|2014) y *¿Es demasiado pedir? Acerca de las representaciones del deseo en Internet* (Bonobos, 2017); su trabajo como columnista y articulista ha sido publicado en *Nexos*, *Ichan Tecolotl*, *Metapolítica*, *Tierra Adentro* y *Cuicuilco*, entre otras revistas. Conferencista, facilitadora de grupos, docente en grado y posgrado, desde hace casi dos décadas se especializa en el diseño de experiencias de aprendizaje para todo tipo de públicos.

Sergio Rodríguez Blanco. Es investigador, periodista y ensayista. Estudió la licenciatura en Periodismo en la Universidad Complutense de Madrid; la especialidad en Estudios Avanzados de América Latina en la misma universidad; y se tituló con mención honorífica de la maestría y del doctorado en Historia del Arte en la UNAM. Hizo una estancia posdoctoral en la Universidad Iberoamericana y ha realizado estancias de investigación y participado en congresos en Estados Unidos, España, Holanda, Colombia, Ecuador, Perú, Argentina y Puerto Rico. Pertenece al Sistema Nacional de Investigadores de México. Académico-investigador en el Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana, donde imparte los seminarios de posgrado “Periodismo narrativo” y “Memoria, documento e imagen”. Investigador cotitular de la Cátedra “Estética y Política” de la Universidad Iberoamericana. Imparte el Seminario de “Teoría del arte” en la UNAM. Su línea de investigación abarca el análisis crítico de los regímenes discursivos, las narrativas y las representaciones visuales y textuales de la realidad a través de los cruces y promiscuidades entre periodismo, fotografía, arte y literatura. Ha trabajado problemáticas de género, hegemonía cultural, migración, violencia, identidad y construcción de la memoria. Es autor de los libros: *Alegorías capilares* (Trilce y UANL, 2011) y *Palimpsestos mexicanos. Apropiación, montaje y archivo contra la ensoñación* (Centro de la Imagen, 2015). Ha obtenido el Premio Nacional Bellas Artes Luis Cardoza y Aragón, el Premio Nacional de Ensayo sobre Fotografía y la Medalla Alfonso Caso de la UNAM a la mejor tesis de doctorado en el área de Humanidades. Como escritor y periodista ha publicado en distintos medios

como *Reforma*, *Gatopardo*, *El Malpensante*, *Nexos*, *Letras Libres*, *Caín*, *Chilango*, *La Tempestad* y *The Huffington Post*.

Mariana Rubio de los Santos. Es Historiadora del Arte con estudios complementarios en fotografía, estética y sexualidad, tiene especial interés por la historia cultural y la pedagogía visual. Licenciada en Historia del Arte por la Universidad Iberoamericana en donde colaboró como becaria de investigación en la línea de Arte y Educación del Departamento de Arte y más tarde en el Departamento de Arquitectura, donde también trabajó como asistente editorial para la revista *Arquitectónica*. Maestra con Mención Honorífica en Historia del Arte por la Universidad Nacional Autónoma de México en el campo de conocimiento de “Arte Moderno” con enfoque en los inicios de la fotografía en México. En 2014, fundó Acacia arte y cultura 360° junto con Johanna Ángel, plataforma cultural de promoción, capacitación y gestión de las artes y de la cultura. Actualmente es docente de la asignatura “El concepto del arte a través del tiempo” en la Universidad Iberoamericana y “Gestión y obtención de fondos para proyectos culturales” en la Universidad de la Comunicación, en la Ciudad de México. También colabora como asistente de investigación externa para el Programa Interdisciplinario sobre Política y Prácticas Educativas en el Centro de Investigación y Docencia Económicas.

Cultura y comunicación. Acercamientos críticos, narrativos y analíticos, de Johanna C. Ángel Reyes, coordinadora, se terminó de imprimir el 15 de noviembre de 2017, en los talleres de Ediciones Corunda, S. A. de C. V. Tlaxcala No. 19, Col. San Francisco, Deleg. La Magdalena Contreras, C.P. 10810, CDMX. En su composición se utilizaron tipos de la familia Garamond y Officina Sans. El papel de interiores es cultural de 90 g. y el de los forros, cartulina *couché* de 300 g. La edición consta de 2000 ejemplares.