

CALEI- DOSCOPIO

REVISTA SEMESTRAL DE CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

ISSN versión electrónica En Trámite

AÑO 16, NÚMERO 28

ENERO-JUNIO DE 2013



Regionalización, sociocultura y comunicación: reflexiones contextuales y conceptuales

▣ RAÚL FUENTES NAVARRO

Mirar la ciudad. Espacio, comunicación y cultura urbana

▣ MARTHA RIZO GARCÍA

La Habana a todo color. Representaciones de la ciudad en la telenovela cubana contemporánea

▣ JANNY ANAYA TRUJILLO

*Formas distintas de vivir la ciudad:
la experiencia urbana en las prácticas de comunicación digital en Aguascalientes*

▣ DORISMILDA FLORES MÁRQUEZ

*El Movimiento de la Cultura Libre:
un entramado de redes en pos de otros modos de circular la producción cultural-artística*

▣ BIANCA RACIOPPE

El método del análisis crítico del discurso y su aplicación en los sitios de Internet Hare Krishna

▣ VÍCTOR OCTAVIO FONSECA LÓPEZ

Dos indígenas paseando en Saint Palais: lectura e interpretación de la imagen en contextos dislocados

▣ CITLALLI GONZÁLEZ PONCE

Comunicación y moda: la perspectiva cinematográfica contemporánea estadounidense y europea

▣ MÓNICA BARRIENTOS BUENO



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE AGUASCALIENTES

CALEI- DOSCOPIO



CALEI- DOSCOPIO



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA
DE AGUASCALIENTES

Regionalización, sociocultura
y comunicación: reflexiones
contextuales y conceptuales

RAÚL
FUENTES
NAVARRO

15

Mirar la ciudad. Espacio,
comunicación y cultura urbana

MARTA
RIZO
GARCÍA

31

La Habana a todo color.
Representaciones de la ciudad
en la telenovela cubana
contemporánea

JANNY
AMAYA
TRUJILLO

51

Formas distintas de vivir
la ciudad: la experiencia urbana
en las prácticas de comunicación
digital en Aguascalientes

DORISMILDA
FLORES
MÁRQUEZ

79

El Movimiento de la Cultura
Libre: un entramado de redes en
pos de otros modos de circular la
producción cultural-artística

BIANCA
RACIOPPE

95

Í N D

El método del análisis crítico
del discurso y su aplicación
en los sitios de Internet Hare Krishna

VÍCTOR
OCTAVIO
FONSECA
LÓPEZ 121

Dos indígenas paseando
en Saint Palais: lectura e interpretación
de la imagen en contextos dislocados

CITLALI
GONZÁLEZ
PONCE 141

Comunicación y moda: la perspectiva
cinematográfica contemporánea
estadounidense y europea

MÓNICA
BARRIENTOS
BUENO 163

Reseñas

Propuestas para una investigación más
equitativa 191

Corona Berkin, Sarah y Kaltmeier, Olaf (Coords.) (2012)
*En diálogo. Metodologías horizontales en Ciencias Sociales
y Culturales*. España: Editorial Gedisa.

TANIA RODRÍGUEZ SALAZAR

Los rostros del miedo y la violencia en la
ciudad 199

Salazar Gutiérrez, Salvador y Curiel García, Martha Mónica
Ciudad Abatida. Antropología de la(s) fatalidad(es). México:
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.

MARÍA REBECA PADILLA DE LA TORRE

Resúmenes 205

Abstracts 211

I

C

E

CALEIDOSCOPIO

REVISTA SEMESTRAL
DEL CENTRO DE CIENCIAS SOCIALES
Y HUMANIDADES
NÚMERO 28

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE AGUASCALIENTES

Enrique Luján Salazar
DIRECTOR

María Rebeca Padilla de la Torre
Norma Isabel Medina Mayagoitia
COORDINADORAS DEL NÚMERO 28
DE CALEIDOSCOPIO

Jesús Antonio de la Torre Rangel
Salvador de León Vázquez
Daniel Eudave Muñoz
Claudia Eugenia Galindo Lara
Kalina Martínez Martínez
María Eugenia Patiño
Luciano Ramírez Hurtado
Guadalupe Ruiz Cuéllar

Todos los miembros del consejo pertenecen
a la Universidad Autónoma de Aguascalientes.
CONSEJO EDITORIAL

Mauricio Beuchot Puentes/ IIE, UNAM
Aurelio de los Reyes García Rojas/ IIE, UNAM
Leticia Flores Farfán/ FFYL, UNAM
Luis Alfonso Guadarrama Rico/ UAEM
Andoni Ibarra/ Universidad del País Vasco
Florence Le Cam/ Université Libre de Bruxelles
Paz López Chaves/ ARCIS, Chile
Benjamín Valdivia/ FFYL, UDECTO
CONSEJO CONSULTIVO EXTERNO

Eduardo Andión Gamboa
Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco
Silvia Bénard Calva
Universidad Autónoma de Aguascalientes
Julieta I. Carabaza González
Universidad Autónoma de Coahuila
Alberto Carrera Portugal
Universidad Nacional Autónoma de México
Vicente Castellanos Cerda
Universidad Autónoma Metropolitana-Cuajimalpa
Blanca Chong López
Universidad Autónoma de Coahuila
Inés Cornejo Portugal
Universidad Autónoma Metropolitana-Cuajimalpa
Juan de la Cruz Bobadilla Domínguez
Universidad Autónoma de Aguascalientes
André Dorcé Ramos
Universidad Autónoma Metropolitana-Cuajimalpa
Darwin Franco Migués
Universidad de Coahuila
Jorge Alberto Hidalgo Toledo
Universidad Anáhuac
Lucila Hinojosa Córdova
Universidad Autónoma de Nuevo León
Enrique Luján Salazar
Universidad Autónoma de Aguascalientes
Ana Cecilia Macías Esparza
Universidad Autónoma de Aguascalientes

Marco Antonio Millán Campuzano
Universidad Autónoma Metropolitana-Cuajimalpa
Oscar Luis Narváez Montoya
Universidad Autónoma de Aguascalientes
Ana María Navarro Casillas
Universidad Autónoma de Aguascalientes
Yolanda Padilla Rangel
Universidad Autónoma de Aguascalientes
Ana Palacios Gamaz
Universidad Autónoma de Chiapas
María Eugenia Patiño López
Universidad Autónoma de Aguascalientes
Gabriel Pérez Salazar
Universidad Autónoma de Coahuila
Luciano Ramírez Hurtado
Universidad Autónoma de Aguascalientes
Zeyda Rodríguez Morales
Universidad de Guadalajara
Salvador Salazar Gutiérrez
Universidad Autónoma de Ciudad Juárez
Blanca Sanz Martín
Universidad Autónoma de Aguascalientes
Evangelina Tapia Tovar
Universidad Autónoma de Aguascalientes
Genaro Zalpa Ramírez
Universidad Autónoma de Aguascalientes
DICTAMINADORES

Caleidoscopio, Año 16, Número 28, Enero-Junio de 2013, es una publicación semestral editada por la Universidad Autónoma de Aguascalientes a través del Centro de Ciencias Sociales y Humanidades, Av. Universidad No. 940, Ciudad Universitaria, C.P. 20131, Tel. (449) 9108493, correo-e: elujan@correo.uaa.mx. Editor responsable: Dr. Enrique Luján Salazar. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo No. 000487/98, ISSN versión electrónica En Trámite. Responsable de la última actualización de este número: Departamento de Comunicación y Relaciones Públicas, Cuitláhuac Vargas Millán, Av. Universidad 940, Ciudad Universitaria, Edificio 2, Aguascalientes, Ags., C.P. 20131. Fecha de la última modificación 16 de mayo de 2014. Las opiniones expresadas por los autores no necesariamente reflejan la postura del editor de la publicación. Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de la Universidad Autónoma de Aguascalientes.

La publicación de esta revista se financió con recursos PIFI 2012.



El Departamento de Comunicación del Centro de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad Autónoma de Aguascalientes (UAA) funge como anfitrión de este número de la revista *Caleidoscopio*, en ocasión del 30 aniversario de las licenciaturas en Comunicación e Información y Comunicación Organizacional. En el marco de este festejo, cobra un sentido especial centrar la temática de la revista en la investigación de la comunicación porque ésta ha sido la actividad más reciente del Departamento de Comunicación. Se requirió una mayor consolidación de esta área académica para que la investigación fuera posible y representa haber logrado, a través de treinta años de trabajo, sumarla a las funciones de docencia y extensión.

Esta publicación, además, se distingue por las características de los colegas que participan con sus trabajos, colaboran académicos con una importante trayectoria así como investigadores jóvenes, tanto egresados como profesores de la UAA, así como de otras universidades nacionales y del extranjero.

La edición inicia con un ensayo de Raúl Fuentes, quien ha contribuido de manera clave en la formación de investigadores de Aguascalientes, además de ser un colaborador frecuente en varias

¹ Departamento de Comunicación, UAA.

² Departamento de Comunicación, UAA.

actividades académicas del área de comunicación en esta institución. En su artículo, ofrece un contexto de lo que ocurría en el escenario nacional y latinoamericano, cuando en 1983 se crean las carreras de comunicación en la UAA, analizando el importante y variado crecimiento de la oferta de programas en el nivel de pregrado, y en contraste, el desequilibrio que prevalece con relación al posgrado y al trabajo de investigación. Asimismo, argumenta con base en una revisión de dos estudios medulares, la tensión entre dos fuerzas que atraviesan los sistemas histórico-estructurales de los medios y las prácticas de comunicación, por una parte la tendencia a la hegemonía y la centralización, y por otra la descentralización que implica los procesos regionales desde las identidades; ambos polos son claves para el estudio integral de la producción de sentidos actuales. Los planteamientos de este texto son muy pertinentes para comprender el quehacer de formación de comunicadores y la investigación de la comunicación en y desde Aguascalientes, tomando la región como concepto teórico y escenario frente a lo global y porque, además, dichos planteamientos se encuentran presentes desde distintas perspectivas en los siguientes trabajos que integran este número.

Precisamente, sobre la indagación de la lógica de producción de sentido a la que se refiere Raúl Fuentes, en su ensayo, Marta Rizo sitúa a la ciudad como el espacio en donde acontece de manera predominante. Propone mirar y estudiar la ciudad, no sólo como un telón de fondo en donde suceden las prácticas comunicativas, sino como espacio, experiencia, diversidad y sistema de comunicación, lugar de confluencia y organización entre sus habitantes. La autora trabaja en este ensayo las aportaciones de varios teóricos e integra un mapa conceptual, con base en una propuesta para abordar el estudio complejo y fino de la ciudad. Los medios de comunicación, desde esta perspectiva, no son simples emisores de imágenes, sino mediadores entre el ser y el hacer, constructores de identidades específicas. Este texto conforma un marco teórico introductorio para los dos artículos que siguen, que abordan empíricamente el tema de comunicación y ciudad, además de coincidir en señalar que a la dimensión cultural hay que sumarle la comprensión del espacio y el territorio para estudiar las prácticas comunicativas con relación a lo urbano.

En el primero, Janny Amaya analiza las representaciones de la ciudad de La Habana en tres telenovelas cubanas contemporáneas. Evidencia cómo la ficción, específicamente la telenovela, tiene un papel importan-

te en las representaciones mediáticas de la ciudad. Las categorías analíticas que trabaja son claras y pueden replicarse para otros estudios sobre narrativas mediáticas de la ciudad. Los hallazgos muestran que La Habana constituye un símbolo urbanístico y cultural de lo cubano, además, en la telenovela, en contraste con el cine, ha prevalecido una tendencia a estereotipar y presentar una visión optimista de la ciudad que confirma la función de reproducción de representaciones hegemónicas.

La experiencia urbana en las prácticas de comunicación digital es estudiada por Dorismilda Flores a través de tres casos de grupos organizados en Aguascalientes, que se apropian de manera creativa de herramientas y plataformas en la red. Este artículo se plantea como exploratorio, sin embargo, ilustra de manera pertinente con la descripción de estas prácticas que el espacio virtual no desplaza al físico, sino que lo amplía, complementa y abre nuevas posibilidades de tensión, y a la vez de integración de lo local y lo global.

Los dos siguientes textos también muestran evidencias de que el Internet no genera del todo nuevas prácticas, sino que complica las lógicas de las ya existentes fuera de línea. En su texto, Bianca Racioppe aborda los modos de organización de las prácticas culturales-artísticas que se enmarcan en el Movimiento de la Cultura Libre y el Copyleft, con el acierto de entenderlas desde una perspectiva histórica y a la vez como “objetivos de futuro” en los modos de organización de estos colectivos artísticos que desafían la hegemonía de gestión de lo cultural con las posibilidades que ofrece la red.

El artículo de Víctor Fonseca, por su parte, aborda metodológicamente el problema de estudiar una práctica muy antigua como la religión en el marco de la sociedad red. Su propuesta metodológica se presenta como un aporte a la conversación, en el sentido de las ideas de Scolari, sobre cómo estudiar objetos de estudio desafiantes, tal es el caso de los sitios de Internet de los Hare Krishna, que el autor describe como un movimiento espiritual actualmente desterritorializado, transnacional e híbrido. A partir de las dimensiones de un hipermedia, el método del análisis crítico del discurso y de los estudios culturales visuales presenta un diseño propio de categorías analíticas y matrices para analizar el discurso de este caso, que puede emplearse en otros estudios. En coincidencia con varios de los textos anteriores, señala que su principal objetivo es develar, describir y comprender los efectos y modos en la producción social del sentido. Encuentra en estos sitios,

al igual que el trabajo de Racioppe, una lucha contra la hegemonía. Los resultados dan cuenta de que el discurso Krishna tiene contradicciones, entre el conservadurismo y las tendencias democratizadoras que a pesar de la resistencia de este movimiento a la modernidad empieza a ceder frente a las dinámicas globales que hace posible Internet.

La fotografía y la moda son los temas centrales de los textos de Citlalli González y Mónica Barrientos, respectivamente. La primera autora expone que la fotografía ha sido poco estudiada por el campo de la comunicación en México. En su trabajo lleva a cabo un interesante contraste de los procesos de percepción-interpretación-jerarquización del visionado de imágenes fotográficas entre niños indígenas, aguascalentenses y franceses. La autora revela la “galaxia de significados” que surge de lo que llama la lectura fotográfica en torno a las categorías de lógica formal, conceptual, genérica y narrativa. En los resultados discute las implicaciones del contexto y la cultura visual de estos niños, en las coincidencias y diferencias de sus lecturas fotográficas.

Mónica Barrientos ofrece un recorrido por varias películas emblemáticas, clásicas y recientes, que tienen como tema central la moda, logrando evocar aquellas que se han visto y estimula el deseo por ver otras que menciona en el texto. Sistematiza y analiza las conexiones entre cine y moda, como parte del proceso comunicativo, dando cuenta de una relación de afectación mutua, sin dejar de mirarse mutuamente. El trabajo ilustra las dinámicas de las industrias culturales del cine y la moda, en el que las prácticas de consumo tienen el potencial de proporcionar sistemas de comunicación y sociabilidad; además, cómo el cine ha ejercido una crítica hacia la moda, pero a la vez ha sido un fiel cómplice que la promueve y le da vida.

Este número de la revista *Caleidoscopio* cierra con dos reseñas: una sobre el libro coordinado por Sarah Corona y Olaf Kaltmeier, titulado *En diálogo. Metodologías horizontales en Ciencias Sociales y Culturales*, realizada por Tania Rodríguez; la segunda hecha por Rebeca Padilla, quien comenta los contenidos del libro *Ciudad abatida. Antropología de la(s) fatalidad(es)*, de Salvador Salazar y Martha Mónica Curiel.

La reseña de Tania Rodríguez es una publicación reciente que reactualiza las preguntas sobre las relaciones entre investigadores e investigados, las que no se deben dejar de lado debido a que implica reconocer los nexos entre la producción del conocimiento y las relaciones de poder. Este reconocimiento es el inicio para trabajar, de una manera consciente, varios problemas en la generación de conocimiento, desde

el planteamiento del problema hasta la publicación de los hallazgos entre distintos saberes académicos, nativos, entre otros, que poseen los actores que pueden participar en este quehacer de la investigación, favoreciendo formas de trabajo horizontal.

En la reseña de *Ciudad abatida. Antropología de la(s) fatalidad(es)*, se resalta que su principal aporte es proporcionar un marco teórico y metodológico para el estudio de la violencia en la ciudad. Los autores argumentan que son responsables de esta lamentable dinámica una amplia gama de actores sociales, entre los que destaca el papel de los medios de comunicación, análisis al que se dedica una especial atención en la obra, denunciando su complicidad con los gobiernos. Se presenta una perspectiva estructural del miedo y la violencia, en contraposición al tratamiento superficial, de espectacularización, cuestionando que “la densa nube mediática ejerce en los imaginarios de los habitantes de la ciudad fronteriza del norte de México y que en gran medida favorece una amnesia colectiva al anecdotizar el evento violento” (Salazar y Curiel, 2012: 90). Este trabajo se sitúa en Ciudad Juárez, sin embargo, lleva sin duda a comprender un fenómeno que envuelve a otros contextos urbanos.

Con estas reseñas se cierra la primera edición de la revista *Caleidoscopio*, dedicada a la investigación de la comunicación. Debido a la favorable respuesta de la convocatoria para esta publicación, será posible editar un segundo número con este mismo tema para el semestre enero-junio de 2014.

Agradecemos a los autores y a los académicos que participaron en el proceso de dictaminación, a las autoridades del Centro de Ciencias Sociales y Humanidades y a los Departamentos de Comunicación y Editorial de la UAA. El Programa Integral de Fortalecimiento Institucional (PIFI) aportó los recursos para que esta publicación fuera posible.

De manera especial, reconocemos la colaboración invaluable de Mónica Cervantes como asistente en la coordinación de este número, con el apoyo de Margarita Reyes.

Invitamos a leer este trabajo académico realizado en colectivo, no sólo a quienes se sitúan en el campo de la comunicación, sino a los interesados en comprender, desde la perspectiva de las Ciencias Sociales, los procesos de la comunicación contemporánea. ✿

Cuando en 1983 la Universidad Autónoma de Aguascalientes comenzó a participar en el campo académico de la comunicación en México, se habían sentado ya las bases institucionales para fomentar en el país el intercambio de experiencias y de recursos académicos y la cooperación interinstitucional e incluso internacional que en la década anterior, al comenzar la multiplicación de programas universitarios para la formación de “comunicadores”, se había establecido para contrarrestar la fuerte tendencia a la competencia entre instituciones y entre sectores, pues eran muy marcadas por entonces las diferencias entre universidades públicas y privadas, en el contexto de la expansión de la educación superior.

El Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), instituido como asociación civil en 1976, nació precisamente porque los directores de las carreras de comunicación de la Universidad Iberoamericana (donde se había fundado el primer programa de la especialidad en el país en 1960) y de la Universidad Anáhuac (que había ubicado su oferta, a partir de 1970, en el mismo espacio socioprofesional),

¹ Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad de Guadalajara. Profesor-investigador del Departamento de Estudios Socioculturales del ITESO y del Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la U de G. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, Nivel III y de la Academia Mexicana de Ciencias. raul@iteso.mx.

acordaron convocar a sus homólogos en la zona metropolitana de la ciudad de México, pero también en el resto del país (donde había ya más escuelas que en la capital) para tratar de compartir lo que se había experimentado como una “problemática común”, compleja y desafiante y buscarle soluciones más generales, eventualmente de escala nacional.

En la fundación del CONEICC concurren 14 instituciones: seis de la zona metropolitana de la ciudad de México y ocho de otras ciudades del país (Chapingo, León, Gómez Palacio, Monterrey, Veracruz y Guadalajara); cuatro instituciones públicas (el Colegio de posgraduados, la UAM Xochimilco, la UANL y la Universidad Veracruzana) y ocho privadas (<http://www.coneicc.org.mx/>). Pero la multiplicación de programas apenas comenzaba: además de las 14 instituciones fundadoras del CONEICC, operaba ya la Universidad Nacional, cuya Licenciatura en Periodismo, instituida en el año 1951, fue convertida en Comunicación en el año 1976. A un ritmo cada vez más acelerado, se abrían cada año nuevos programas, tanto en México como en América Latina. La Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS) se constituyó en el año 1981 y dos años después, en su primer diagnóstico sistemático, dio cuenta de 174 escuelas en veinte países, de las que casi dos tercios estaban concentradas en Brasil (71) y en México (42) (FELAFACS, 1983).

A partir de mediados de la década 1980, cuando comenzó a hablarse de nuevas tecnologías de la información y la comunicación y de saturación de mercados profesionales, los diagnósticos sobre la enseñanza de la comunicación fueron agregando matices y dimensiones, pero sustancialmente no han variado. Se repite desde entonces la preocupación por el crecimiento geométrico del número de programas y estudiantes; la indefinición del objeto de estudio; las insuficiencias en la profesionalización de los egresados y la diferenciación de perfiles; la falta de diagnósticos sobre las necesidades sociales de comunicación en los diversos entornos regionales y locales; el distanciamiento de la formación teórica; la investigación y la capacitación técnica; la circulación de información académica y bibliográfica; la escasez de laboratorios y talleres y de personal docente en el número y calidad requeridos. Llama la atención que en 1983 se considerara que:

Entre las tareas que parecen más urgentes están la sistematización y difusión de los estudios realizados en y sobre la comunicación latinoamericana, y el fortalecimiento de los vínculos internos a través de foros de discusión, intercambio de publicacio-

nes y recursos, y la realización coordinada de proyectos de interés común (FELAFACS, 1983: 33).

Más recientemente, FELAFACS intentó diagnosticar un universo de instituciones que, en menos de treinta años, se había multiplicado por diez, pues se identificaron 1,742 programas formativos, aunque a pesar del apoyo de la UNESCO se lograron encuestar sólo 192 de ellos. A pesar de la alarmante escasez de información y de contextos para interpretar los datos recabados, el informe afirma que:

La heterogeneidad caracteriza la calidad de enseñanza en los países de la región, como al interior de ellos mismos. El carácter público o privado de las instituciones de enseñanza tiende a marcar significativamente la calidad de la formación de comunicadores y periodistas. Las universidades públicas parecen mantener el prestigio ganado con los años invertir en investigación, aunque en muchos casos se encuentren muy masificadas y en constante crisis; mientras las privadas –sobre todo las que se orientan a la profesionalización– tienden a invertir en equipos e infraestructura, descuidando muchas veces el área académica. (FELAFACS, 2009: 13)

El informe contiene acercamientos analíticos muy heterogéneos, especialmente deplorables en el capítulo dedicado a Brasil y en la síntesis más general; probablemente debido a que el énfasis se centró en los procesos de acreditación, es decir, en aspectos administrativos, y no en una evaluación más completa de la calidad de los procesos formativos. Para México se identificaron 1,006 programas operantes a nivel de licenciatura, y en el capítulo correspondiente se advierte que “los criterios de calidad que se identifican en las instituciones mexicanas de enseñanza de la comunicación no necesariamente tienen que ver con el hecho de si están acreditadas o no” (FELAFACS, 2009: 71). Sin embargo, en el plano general de América Latina:

Llama la atención que resulta poco frecuente que los centros de enseñanza conozcan a cabalidad las demandas del mercado, los intereses académicos de los estudiantes, y que logren actualizar sus planes curriculares acorde a ello. Más bien, lo que pareciera existir es una fuerte competencia entre centros de enseñanza de diversa calidad educativa, preferentemente en los niveles de pregrado y maestrías, ya que resulta escasa la oferta educativa de doctorados en comunicación y periodismo en Latinoamérica (FELAFACS, 2009: 13).

El desarrollo de posgrados en comunicación tiene por supuesto su propia historia, que al menos en México, no parece estar relacionada directamente con la problemática de las licenciaturas, aunque evidentemente en una perspectiva de campo académico las implicaciones mutuas son múltiples. Pero los proyectos disponibles para diagnosticar las licenciaturas y los posgrados en comunicación en América Latina (Vassallo de Lopes, 2012) son, en todos sentidos, divergentes y remiten a contextos interpretativos diferentes, como el de la Ciencia en el mundo:

Los estudios de la comunicación son un campo de investigación relativamente nuevo. Tienen algunos de los rasgos de un campo transdisciplinario e interdisciplinario; sin embargo, recientemente han adquirido mucha de la parafernalia institucional y profesional de una disciplina académica, incluyendo crecientes ofertas de cursos universitarios, lo cual resulta en un número mayor de académicos contratados, departamentos en universidades, asociaciones profesionales nuevas y conferencias. Actualmente 'comunicación' es identificada como una categoría separada en las bases de datos bibliográficas de ciencias sociales como el *ssci Thomson Reuters*, y el número de artículos publicados en esta categoría muestra una tendencia a aumentar. Incluso esto puede no reflejar el número aún mayor de libros de texto publicados anualmente en este campo (UNESCO-ISCC, 2012: 204).

Sin embargo, nuevamente, es preciso relativizar afirmaciones como éstas, pues "las diferencias entre regiones y países en el estatus de la investigación de las ciencias sociales no podrían ser mayores" (UNESCO-ISCC, 2012: 53). Datos de la década pasada indican que 90% de las instituciones de educación superior en América Latina "no producen ningún tipo de investigación, mientras que más de dos tercios de todos los programas de posgrado se ofrecen en las universidades públicas de Brasil y México", y ahí es donde se efectúa la mayoría de las investigaciones (UNESCO-ISCC, 2012: 53), incluyendo las de comunicación, con amplia ventaja en esta área para la producción brasileña sobre la mexicana.

Lo anterior vuelve a poner en el centro de la atención un concepto (y una concepción) que hace tres décadas formaba parte importante del discurso gubernamental mexicano: la regionalización. La *New Encyclopaedia Britannica* (1990: 1003) presenta el concepto de región de la siguiente manera:

En las ciencias sociales, un área coherente que es homogénea según criterios de definición selectos y se distingue de las áreas o regiones vecinas mediante esos criterios. Es un constructo intelectual creado por la selección de rasgos relevantes para un problema en particular y la exclusión de otros rasgos, que se consideran irrelevantes. Una región se distingue de un área, que es usualmente un concepto más amplio que designa una parte de la superficie de la Tierra. Las fronteras de un área son arbitrarias y se establecen por conveniencia. Las fronteras de una región son determinadas por la homogeneidad y la coherencia de la sección.

Esta definición de región supone, de entrada, un referente territorial geográfico y una operación de construcción de objetos de estudio basada en la selección de rasgos pertinentes de ese referente, por lo que sobre una misma área o porción territorial pueden construirse diferentes regiones, según los criterios de selección de rasgos pertinentes que esa operación constructiva adopte. A partir de este planteamiento, en apariencia simple, se pueden proponer dos discusiones conceptuales que eventualmente permitirían avanzar en el desarrollo de marcos teórico-metodológicos adecuados para la investigación de factores culturales y comunicacionales en las regiones de México, o más particularmente, para ubicar los cambios contextuales en y ante los que se ha ubicado el trabajo de la Universidad Autónoma de Aguascalientes en la región centro-occidente y en este campo académico.

La primera discusión tiene que ver con la consideración de la dimensión tiempo en su articulación con el espacio, coordinadas de toda interacción humana, siguiendo la argumentación de la teoría de la estructuración (Giddens, 1984) y su concepto de “regionalización”. La segunda remite a los criterios de selección de los rasgos pertinentes para la investigación de fenómenos socioculturales y las particularidades de algunos de éstos en la constitución de identidades reconocibles en una región. Se concluye con una contrastación de los conceptos de regionalización y de globalización para la construcción de objetos de estudio de la comunicación. Dado que ni los intereses ni las competencias del autor se centran especialmente en los estudios regionales, esta discusión no pretende más que situarse en un plano elemental, que eventualmente aportará algún elemento de reflexión interesante a los investigadores orientados a la construcción de este género de objetos de estudio, que parecen haber sido relegados prácticamente hasta el olvido en los últimos años.

La teoría de la estructuración de Giddens propone la rearticulación de las dimensiones espacio-temporales en la consideración, tanto teórica como empírica de las relaciones entre la agencia o interacción humana y la estructura social. Las tres modalidades de la estructuración (esquemas interpretativos, recursos y normas) que integran las relaciones entre interacción (comunicación, poder y sanción) y estructura (de significación, de dominación, de legitimación, respectivamente) no sólo suceden en el espacio-tiempo, pues “los agentes incorporan rutinariamente los rasgos temporales y espaciales de los encuentros en los procesos de constitución del significado” (Giddens, 1984: 29). De esta manera se explica, en su fundamento más general, la estructuración de los órdenes institucionales simbólicos (o culturales), económico-políticos y legales.

Dado entonces, que “las estructuras de significación deben captarse siempre en articulación con la dominación y la legitimación” (Giddens, 1984: 31), el estudio de la comunicación desde la teoría de la estructuración no puede ni desmaterizarla ni deshistorizarla, aislándola de la práctica del poder y de la moralidad. Formulaciones como ésta permiten suponer una posibilidad extremadamente promisoria de comprensión sistemática de la comunicación, que parece mucho más propicia para articular su estudio con el de las demás dimensiones y procesos transversales de las prácticas socioculturales. Por regionalización, en este contexto teórico que trata de responder a la heterogeneidad en los sistemas sociales, Giddens entiende “la diferenciación temporal, espacial o espacio-temporal de regiones dentro o entre localidades [locales]” (1984: 376). La localidad es a su vez “una región física involucrada como escenario [*setting*] de la interacción, que posee fronteras definidas que contribuyen a concentrar la interacción de una u otra manera” (1984: 375).

Pensar (u observar) las relaciones sociales en términos de procesos de regionalización es central para la teoría de la estructuración como teoría social (o sociocultural), ya que permite superar las constricciones conceptuales impuestas por la división de disciplinas que opone a la sociología o la ciencia social con la historia, por una parte, y con la geografía, por otra. Giddens propone una rearticulación teórica tal (1984: 355-372), que establece la posibilidad (y la utilidad) de una mediación. Por ejemplo, entre los aportes geográficos de Hägerstrand (en Giddens,

1984: 110-119) y los históricos de Braudel (en Giddens, 1984: 362-368), así como entre la micro y la macrosociología (Giddens, 1984: 139-145), o incluso entre su propia interpretación y la de Foucault (en Giddens, 1984: 145-158) sobre la espaciación y la temporalización de la interacción humana.

Muchos de los estudios disponibles sobre las regiones en México sobreenfatizan o la dimensión territorial-espacial, o bien la temporal-histórica. La relevancia atribuida a los factores de la interacción social es obviamente variada, aunque tienden a predominar todavía los estudios que privilegian factores económicos. La emergencia de una ciencia regional orientada a la planificación del desarrollo, en sus muy diversas tendencias y modalidades, explica en buena medida el desplazamiento de preocupaciones conceptuales por criterios más bien técnicos y políticos, así como el énfasis en las relaciones entre variables macro y microeconómicas, aunque no por ello se han abandonado del todo las definiciones teóricas. Por el contrario, se puede documentar una constante discusión (se diría que entre académicos y técnicos) en diversos campos disciplinarios sobre los criterios de definición de las regiones.

Pero como señaló hace ya más de dos décadas Martínez Assad (1990), entre los estudios regionales en México sigue prevaleciendo una relativa escasez de trabajos sobre dimensiones culturales de la regionalización, no obstante que trabajos como los de González y González (1983), García Canclini (1990) o Giménez (1999; 2003) han contribuido a sostener la pertinencia de enfoques más integrales alrededor de los conceptos de tiempo, espacio y relaciones sociales, así como de territorio:

*Los territorios culturales, frecuentemente superpuestos a los geográficos, económicos y geopolíticos, resultan [...], de la apropiación simbólico-expresiva del espacio. Los geógrafos, los historiadores y los economistas suelen prestar escasa atención a la dimensión cultural del territorio. Sin embargo, esta situación ha comenzado a cambiar a partir del surgimiento reciente de la llamada *geografía de la percepción*, estrechamente asociada a la *geografía cultural*, que concibe el territorio como lugar de una *escritura geosimbólica* (Giménez, 1999: 31).*

Desde ahí, Giménez establece tres dimensiones en la relación entre cultura y territorio: en la primera, el territorio constituye por sí mismo “*un espacio de inscripción de la cultura*, y por lo tanto equivale a una de sus

formas de objetivación”; en la segunda dimensión, “el territorio puede servir como marco o área de distribución de instituciones y prácticas culturales espacialmente localizadas”, y finalmente en una tercera dimensión,

[...] el territorio puede ser apropiado subjetivamente como *objeto de representación y de apego afectivo*, y sobre todo como *símbolo de pertenencia socio-territorial*. En este caso los sujetos (individuales o colectivos) interiorizan el espacio integrándolo a su propio sistema cultural. Con esto hemos pasado de una realidad territorial “externa” culturalmente marcada a una realidad territorial “interna” e invisible, resultante de la “filtración” subjetiva de la primera, con la cual coexiste. Esta dicotomía –que reproduce la distinción entre formas objetivadas y subjetivadas de la cultura– resulta capital para entender que la “desterritorialización” física no implica automáticamente la “desterritorialización” en términos simbólicos y subjetivos (Giménez, 1999: 34).

Giménez desprende de aquí su concepto de “región socio-cultural”, que no puede considerarse operativa “más que a través de los actores sociales que la portan (*agency*)” y por tanto “la cultura sólo puede proyectar su eficacia por mediación de la identidad” (Giménez, 1999: 48).

IDENTIDADES SOCIOCULTURALES, REGIONALIZACIÓN Y MEDIOS DE DIFUSIÓN

En el campo de la investigación de la comunicación en México, los acercamientos más destacados a los procesos de regionalización se concentraron sobre todo a fines de los años ochenta y principios de los noventa. Sánchez Ruiz (1990) señaló con claridad tanto la escasez como la pertinencia de estos enfoques en un contexto de descentralización (Sánchez Ruiz, 1987); Fernández Christlieb (1991) impulsó proyectos de reconocimiento académico de los entornos comunicativos regionales en cuanto al desarrollo histórico de los medios de difusión. En su estudio sobre la radio regional, asentaba que:

En el desarrollo de la radio regional no hay procesos continuos, no hay una reproducción mecánica de hechos. Se trata de una amalgama de factores que van de las condiciones del terreno a las de la biografía personal, pasando por la historia social. Todos estos factores cargados a su vez de casualidades, condicionamientos, rupturas, terquedades, y de reacciones humanas inentendibles. [...] No podemos señalar dónde comienza lo geográfico, lo antropológico o lo económico para dar

paso a lo histórico o a lo social. No estamos hablando de dientes ni de construcciones tan concretas como un puente o una presa. Lo regional es la vida; la individual y la colectiva, la de ayer y la de hoy, la de la recámara y la de la plaza pública, la de las ciudades y la del campo (Fernández Christlieb, 1991: 22-23).

El trabajo de Fernández Christlieb es producto del que quizá sea el intento más intenso y estimulante que se haya dado dentro del campo académico de la comunicación en México o, más concretamente, de la investigación de los medios de difusión, para abordar y coordinar interdisciplinariamente estudios regionales. El concepto central fue el de identidad, definido en términos socioculturales, como interpretación asumida subjetivamente de la vida por los actores individuales y colectivos de la radiodifusión de provincia. Dado que, estructuralmente, la historia de la radiodifusión mexicana es en buena medida la historia de su centralización y concentración, la pregunta por los sistemas de relaciones sociales multidimensionales que explican tanto las homogeneidades como las diferencias que se pueden documentar en la radio mexicana remitía directamente a los procesos de regionalización y desregionalización, es decir, a la continua tensión entre las fuerzas que impulsan la primacía de los caracteres regionales y las que tienden a imponer los factores de escala nacional, e incluso transnacional.

Otro punto de partida coincidente, menos relacionado con la historia y la antropología y más con la economía y la política puede ser la estrecha relación conceptual y práctica que se descubre entre descentralización y regionalización. Para Sánchez Ruiz, uno de los primeros en ocuparse de estos problemas en el campo académico de la comunicación en México,

[...] el proceso de descentralización en diversos órdenes de la vida social mexicana no está obedeciendo a imperativos nacionales reales, o regionales, o a demandas y urgencias de la "periferia", acompañando a su vez a un proceso de democratización y redistribución de riqueza y poder entre las regiones de México, sino como simple reacción masiva, en el centro, que intentaría repartir sus problemas entre los estados que "se dejen" (Sánchez Ruiz, 1987: 12).

Un análisis de la centralización de los medios de difusión en México, sobre todo basado en factores económicos y políticos, llevó a Sánchez Ruiz a afirmar que:

La estructura de los medios mexicanos de difusión constituye una “matriz de centralizaciones”, que comienza con el grado más alto de poder ubicado en la ciudad de México, pasando después a incluir, pero lejanamente, algunas ciudades como Guadalajara y Monterrey y, en general, las capitales de los estados, aunque con un alto grado de correlación con la riqueza y poder de las entidades. A su vez, en cada uno de los medios hay otra dimensión centralizadora en la concentración (variable) de la propiedad y el control (Sánchez Ruiz, 1987: 53).

Este aporte puede considerarse casi exactamente complementario con el de Fernández Christlieb, en tanto que en el estudio histórico-estructural de los medios nacionales lo centralizado se opone casi simétricamente a lo regional y que desde ambas perspectivas (partir de centralización o de regionalización) importa mucho analizar la dinámica histórica de la articulación entre procesos de descentralización/regionalización y de centralización/desregionalización.

La noción de matriz de centralizaciones, propuesta por Sánchez Ruiz, es también útil para ilustrar cómo los patrones de estructuración se reproducen cambiando de escala espacial en el país. En cuanto a medios de difusión al menos, pero por razones que provienen de factores más generales, se postula una tendencia a la concentración diríase que concéntrica en que, por ejemplo, Guadalajara resulta ser periferia (regional) con respecto al centro Distrito Federal (nacional), al mismo tiempo que centro (regional) con respecto al estado de Jalisco y quizá áreas circunvecinas de otros estados (periféricos o locales). En este esquema, las relaciones jerárquicas de dominación guardan un alto grado de correlación con la riqueza y poder, es decir, con factores económicos y políticos, que determinan la estructura y desarrollo de los medios de difusión, objeto de estudio de estos trabajos. Fernández Christlieb, en el mismo sentido, trabaja sobre la noción de centralidades.

Pero así como se plantean relaciones de simetría o complementariedad en las perspectivas desde la centralización o desde la regionalización, hay también diferencias muy notables de enfoque en cuanto a la selección de rasgos (o dimensiones) consideradas pertinentes en uno u otro caso. Fernández Christlieb enfatizaba los factores de la dimensión cultural de las identidades regionales, mientras que Sánchez Ruiz privilegiaba los factores económicos y políticos de las determinaciones estructurales de la centralización. Así se puede identificar otro eje de tensión para la explicación de los procesos de desarrollo de los

medios de difusión en México, que ambos autores consideraban en sus respectivos análisis. Para Fernández Christlieb,

[...] si la relación entre el centro y las regiones ha sido conflictiva a lo largo de la historia de México, no es razonable hablar en abstracto o por decreto de la necesidad de articular lo nacional con lo regional. Es necesario, por el contrario, tener siempre presentes los elementos de tensión, saber identificarlos y poder analizar sus mutaciones a través del tiempo. Esto no es posible si no introducimos categorías que den cuenta de la discontinuidad, de la ruptura, de las líneas de fuerza tendidas a lo largo del territorio nacional (Fernández Christlieb, 1991: 59).

Siguiendo en esto a Lacoste en contra de La Blanche, y luego a Foucault, Fernández Christlieb aborda el conflicto entre lo regional y lo nacional desde el poder y sus representaciones discursivas. Resulta particularmente interesante que en los años cincuenta “la provincia, así autonombrada, lucha radiofónicamente contra el centro” en México (Fernández Christlieb, 1991: 62), pero más aún la conclusión autorreflexiva de que “la interrelación de diferencias plantea serios problemas teóricos. Es mucho más tranquilizador estudiar lo que ocurre dentro de una sola entidad federativa; ahí ni siquiera hay que dar cuenta de las semejanzas con los del estado vecino, eso sería entrar a las identidades y culturas regionales y no es fácil” (1991: 177). Sánchez Ruiz, por su parte, advierte desde la perspectiva histórico-estructural que “en general, las oportunidades de recepción de mensajes están bastante más distribuidas en México que las de emisión, siempre mediadas por la riqueza (a nivel individual y colectivo)”, y relaciona su análisis de la descentralización con la democratización de la vida nacional:

Puede parecer obvia la necesidad de una discusión aquí sobre las perspectivas de la descentralización de los medios de difusión en México. Sin embargo, dados los nexos íntimos e insolubles de la estructura de los medios en el país con la economía y la política, creemos que la descentralización de medios no puede sino ir de la mano de un proceso general de desconcentración y descentralización (o “desconcentralización”), y de democratización de la sociedad mexicana (Sánchez Ruiz, 1987: 55-56).

Pero el “renacimiento del espíritu federalista” y un “despertar de la sociedad civil” (Sánchez Ruiz, 1987: 56), que cuentan entre las condiciones de la descentralización, no son factores que correspondan a las dimensiones económica y política de la vida social, sino a la cultural, a

la esfera de articulación entre las representaciones y las interacciones sociales, que metodológicamente son, aquí también, en términos de emergencia de identidades regionales, difíciles de abordar. No obstante, esta breve revisión de dos trabajos pioneros de dos investigadores mexicanos de los medios y la comunicación, a pesar del tiempo transcurrido, sigue indicando quizá la posibilidad de desarrollar estudios socioculturales de la comunicación que, sea desde la perspectiva de la centralización/descentralización o desde la perspectiva regionalización/desregionalización, permitan avanzar en la consideración articulada de los factores culturales y los económicos y políticos, así como de los históricos y los territoriales en este campo.

Sin embargo, como lo apuntan claramente ambos autores en los trabajos citados, para ello es necesario investigar, además de los radiodifusores a los radioescuchas, y los estudios de recepción comunicacional indispensables para determinar los rasgos definitorios de las identidades y las diferencias regionales, que hasta entonces eran todavía más incipientes que los de emisión, parecieron haber dejado ya apuntadas, desde hace veinte años, las líneas sobre las cuales se puede construir, conceptual y empíricamente, un estudio más comprensivo y profundo de la estructuración (y desestructuración) comunicacional de las identidades regionales a través de los medios de difusión, y de la relación complementaria: cómo la tensión entre prácticas regionales y centrales determina transformaciones en los procesos concretos de regionalización y sus productos. Los estudios, por ejemplo, de Gómez Vargas (1998, 2000, 2004, 2010) en la ciudad de León, de Padilla (2004, 2007, 2009) en Aguascalientes, o de González Hernández (2004) en Tijuana, son buenos ejemplos de este tipo de proyectos.

REGIONALIZACIÓN Y GLOBALIZACIÓN SOCIOCULTURAL

Si bien en cualquier contexto el concepto de región es relacional, pues se define como una área recortada según ciertos criterios de una porción territorial mayor (por lo general un estado-nación), en términos socioculturales se han presentado, en las últimas décadas, crecientes razones para definirlo tanto en escalas supranacionales como subnacionales. Los estudiosos de la comunicación, ya desde fines de los años ochenta, por ejemplo Mattelart y Mattelart, advertían que:

[En la última década] las realidades de la “comunicación” han evolucionado considerablemente, según lo demuestran los procesos de privatización y de desreglamentación de las instituciones audiovisuales y de las redes de telecomunicaciones, la construcción de un sistema de “comunicación-mundo” en el contexto de una “economía-mundo”, en el sentido braudeliano del término, y la mercantilización de sectores (cultura, educación, religión, sanidad, etc.) que habían permanecido, hasta entonces, al margen del circuito comercial y que apenas se habían visto afectados por la ley del valor (Mattelart y Mattelart, 1987: 21).

La construcción de esta comunicación-mundo, expresión braudeliana utilizada tanto por Mattelart (1993) como por Pasquali (2011) en el título de sendos libros en que, cada quien a su manera, reconoce la complejidad no sólo de las realidades socioculturales que abordan los estudios de comunicación, sino también, necesariamente, las dificultades para conceptualizar tales realidades y recortar metodológicamente dimensiones o aspectos pertinentes de ellas para la investigación, puede servir para cerrar esta reflexión referida a la determinación espacio-temporal, de distintas escalas, en la que se sitúan los procesos históricos manifiestos como sistemas de comunicación.

Es evidente que en los últimos años la acelerada expansión de la capacidad tecnológica de codificación y difusión informativa y la consecuente digitalización de cada vez mayores porciones de la operación cotidiana de los sujetos, por una parte, y por otra, la recomposición de los sistemas de interpretación del mundo, antes localizados y cada vez más globalizados en un proceso que se dice tiende a la homogenización cultural, han cambiado radicalmente el modo predominante de producción social del sentido.

Este proceso de recomposición del mundo y sus representaciones ante y desde los sujetos dista mucho de estar concluido como transición histórica y se caracteriza, más que por otra cosa, por las contradicciones multidimensionales que lo constituyen y que exacerba. Los usos y los recursos informativos se articulan cada vez con mayor complejidad a los poderes económicos, políticos y culturales y la diversidad de sistemas cognitivos y axiológicos se ve al mismo tiempo cercada por la racionalización y la radicalización: por la reducción a una sola lógica universal y utilitaria, y por el repliegue defensivo e intolerante a los rasgos diferenciadores de las identidades. La producción en común de sentido, mecanismo fundamental de la socialidad humana, se ve así forzada a operar instrumentalmente desde la racionalidad de poderes

ejercidos a escalas globales y cada vez más impersonales o descentrados de la subjetividad, y desde la reafirmación del dominio de las particularidades locales, cerradas al intercambio más allá de ciertos límites tradicionalmente definidos, que al verse amenazados, se estrechan.

Las telecomunicaciones están en el centro de este proceso, son una de sus condiciones de posibilidad. Los sistemas telemáticos, síntesis de las comunicaciones a distancia y el procesamiento automático de la información, abarcan cada vez más esferas de la actividad humana. Productos de la tecnología informacional, estos sistemas representan el mito fundacional del nuevo orden mundial, el del control sobre la interconexión total y la eficiencia como criterio al mismo tiempo cuantitativo y cualitativo. La interacción entre sujetos, cada vez más mediada tecnológicamente, tiende a disolver el sentido en la objetividad: la comunicación se reduce a la actualización del sentido unilateralmente generado y difundido o, en el mejor de los casos a la incorporación por el sujeto de las condiciones de operación del sistema, no siempre más amplias que las del entorno natural del sujeto.

No obstante, la posibilidad de saltos cualitativos en la interacción subjetiva para la producción de sentido sobre las prácticas socioculturales comienza a ser real para mayor número de sujetos en mayor número de situaciones, conforme avanza la tecnología y las condiciones de su operación por el sujeto rebasan las disponibles al margen de ese sistema. Los ejemplos actuales son múltiples y la adaptación cultural sorprendente en muchos de ellos. Si es correcta la imagen de la transición, habrá que imaginar sus límites: qué tipo de interacciones comunicativas no podrán ser mediatizadas tecnológicamente en el futuro inmediato, así sea por razones económicas, sentimentales o de cualquier otro género, en términos del sentido más pleno de la existencia.

En este sentido, los procesos de regionalización de la comunicación implican nuevas relaciones tanto en la escala supranacional de la globalización como en las subnacionales del regionalismo. Así, puede decirse que en los últimos años, ambas temáticas han irrumpido en el campo de la comunicación rebasándolo claramente, tanto en sus ya imprecisos límites disciplinarios que acaban haciéndose pedazos, como en cuanto a sus recursos académicos, que se muestran cada vez más precarios para dar cuenta de las transformaciones en curso; la temática de la globalización, que exige consideraciones macrosociales, sobre todo económicas y políticas, y la temática de las identidades, que

remite a enfoques microsociales, sobre todo políticas y culturales. Queda sin duda mucho trabajo por realizar, comenzando desde la más básica conceptualización.

REFERENCIAS

- FELAFACS. (1983). *La formación universitaria de comunicadores sociales en América Latina*. Guadalajara: FELAFACS/ITESO.
- _____. (2009). *Mapa de los centros y programas de formación de comunicadores y periodistas en América Latina y El Caribe*. Informe Final. Lima, Perú: FELAFACS/UNESCO.
- Fernández, F. (1991). *La radio mexicana, centro y regiones*. México: Juan Pablos.
- García Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo/CONACULTA.
- Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society*. California: University of California Press.
- Giménez, G. (1999). Territorio, cultura e identidades: la región socio-cultural. *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas II Época*, 5(9), 25-57. Colima: Universidad de Colima.
- _____. (2003). La investigación cultural en México. Una aproximación. En Valenzuela Arce (Coord.), *Los estudios culturales en México*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Gómez Vargas, H. (1998). *Memorias suspendidas. Orígenes de la Radio en León*. León, Guanajuato: Universidad Iberoamericana-León.
- _____. (2000). Para pensar la comunicación en las regiones. La gestación de ofertas culturales y públicos cinematográficos en León. *Anuario CONEICC de Investigación de la Comunicación VI*, 115-138. México: CONEICC.
- _____. (2004). *Todas las mañanas del mundo. Transformaciones en la cultura local y medios de comunicación. La experiencia de las mujeres con el cine en la ciudad de León, Guanajuato (1955-1975)*. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales. Colima: Universidad de Colima.
- _____. (2010). *Jóvenes, mundos mediáticos y ambientes culturales. Los tiempos del tiempo: la ciudad, biografías mediáticas y entornos familiares*. León, Guanajuato: Universidad Iberoamericana-León.
- González Hernández, D. (2004). *El sueño americano en México. Televisión estadounidense y audiencias juveniles en Tijuana*. Tesis de Maestría en Comunicación. Guadalajara: ITESO.

- González y González, L. (1983). Peculiaridades históricas del oeste mexicano. *Encuentro*, 1(1), 5-26. Guadalajara: El Colegio de Jalisco.
- Martínez, C. (Coord.). (1990). *Balance y Perspectivas de los Estudios Regionales en México*. México: CIHH UNAM/MA Porrúa.
- Mattelart, A. (1993). *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias*. Madrid, España: FUNDESCO.
- Mattelart, A. y Mattelart, M. (1987). *Pensar sobre los medios. Comunicación y crítica social*. Madrid, España: FUNDESCO.
- New Encyclopaedia Britannica. (1990). *Micropaedia*, Vol. 9. Chicago: University of Chicago.
- Padilla, M. R. (2004). *Relatos de telenovelas. Vida, conflictos e identidades*. Aguascalientes: Universidad Autónoma de Aguascalientes/Universidad de Guadalajara.
- _____. (2007). Una nueva *socialité* llegó: historia de la recepción televisiva de la ciudad de Aguascalientes. *Comunicación y Sociedad*, no. 7 Nueva época. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.
- _____. (2009). *Perfiles socioculturales de ciudadanía. Identidades urbanas y geografías mediáticas. Estudio de cinco escenarios en la ciudad de Aguascalientes*. Tesis de Doctorado en Estudios Científico-Sociales. Guadalajara: ITESO.
- Pasquali, A. (2011). *La comunicación-mundo. Releer un mundo transfigurado por las comunicaciones*. Sevilla, Salamanca, Zamora: Comunicación Social.
- Sánchez Ruiz, E. (1987). *Centralización, poder y comunicación en México*. Guadalajara: CEIC Universidad de Guadalajara.
- _____. (1990). Los estudios regionales sobre medios de difusión en México y la centralización (o de lo difícil y prolífico que resulta hablar de casi nada). En Martínez Assad (Coord.), *Balance y perspectivas de los estudios regionales en México*. México: CIHH UNAM/MA Porrúa.
- UNESCO-ISSC. (2012). *Informe sobre las ciencias sociales en el mundo (2010): Las brechas del conocimiento*. México: UNESCO/ISSC/Foro Consultivo Científico y Tecnológico/Consejo Mexicano de Ciencias Sociales.
- Vassallo de Lopes, M.I. (Coord.). (2012). *Posgrados en Comunicación en Iberoamérica. Políticas nacionales e internacionales*. São Paulo, Brasil: PPG ECA USP/CONFIBERCOM. ❀

MARTA RIZO GARCÍA¹

*Una ciudad que pertenezca
a un solo hombre no es una ciudad.
Sófocles*

MIRAR LA CIUDAD: UNA INTRODUCCIÓN

Comprender el entorno urbano requiere una mirada abierta y, sin duda, interdisciplinaria.² El espacio urbano no sólo debe abordarse como la dimensión física de la ciudad, sino que es fundamental incorporar las experiencias de quienes habitan en ella, que son muy diversas y dependen de las expectativas, los logros, las frustraciones y los anhelos de los sujetos. Hace ya varias dé-

¹ Doctora en Comunicación por la Universidad Autónoma de Barcelona. Profesora-investigadora de la Academia de Comunicación y Cultura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, Nivel II. mrizog@yahoo.com.

² Algunas de las ideas vertidas en este artículo se retoman de publicaciones anteriores, como las siguientes: Rizo, M. (2005). La ciudad como objeto de estudio de la comunicología. Hipótesis, preguntas y rutas para la construcción de un estado del arte sobre la línea de investigación ciudad y comunicación. En *Revista Andamios*, Año 1, Núm. 2, junio 2005, pp. 197-225, México, Universidad Autónoma de la Ciudad de México; Rizo, M. (2010). Imágenes de la ciudad. Comunicación y culturas urbanas. En: *Revista Question*, Vol. 1, Núm. 8, 2010, en línea, disponible en <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/1127>.

casas, Ledrut (1974: 23, 24) apuntó que la ciudad, “no es una suma de cosas, ni una de éstas en particular. Tampoco es el conjunto de edificios y calles, ni siquiera de funciones. Es una reunión de hombres que mantienen relaciones diversas”. La comunicación entre los habitantes es, pues, un elemento ineludible en el abordaje de la ciudad.

Los estudiosos de las ciudades, igual que los sujetos que las habitan, se encuentran hoy con un espacio urbano repleto de incertidumbres y ambigüedades. Es por ello que los afanes de comprensiones e interpretaciones totalizadoras se convierten en intentos realizados sin mucho éxito. Este rasgo de indeterminación de la ciudad ha llevado a hablar de ésta como un sistema anárquico y arcaico de signos y símbolos (Harvey, 1998: 83), o como un símbolo de las tensiones entre la integración cultural y lingüística, de un lado, y la diversidad, la confusión y el caos, de otro (Jelin, 1996: 1). La indeterminación de la ciudad es retomada también por Amendola, quien considera que:

[...] la ciudad no se constituye sólo por el espacio de la función, de la previsión y de la causalidad, sino también por aquél de la casualidad, del azar y de la indeterminación. En el paseo se revela la posibilidad de explorar la ciudad en numerosas direcciones, encontrando cada vez nuevos significados, épocas, símbolos, proyectos colectivos y personales (Amendola, 2000: 101).

En un sentido similar, Delgado (1999a: 12) apuesta por la necesidad de una antropología urbana que aborde “configuraciones sociales escasamente orgánicas, poco o nada solidificadas, sometidas a oscilación constante y destinadas a desvanecerse enseguida [...] una antropología de lo inestable, de lo no estructurado”.

La ciudad es un escenario colectivo de encuentro, de contestación y acomodo, de dominio o subalternidad, de contacto entre culturas diferentes (Pratt, 1991). Como tal, la ciudad facilita la emergencia de nuevas formas de interacción –y por tanto, de comunicación–, diálogo o conflicto. Así lo afirma Rossana Reguillo:

La ciudad es espacio de investigación prioritario y privilegiado, en la medida en que no es solamente el escenario de las prácticas sociales, sino fundamentalmente el espacio de organización de la diversidad, de los choques, negociaciones, alianzas y enfrentamientos entre diversos grupos sociales por las definiciones legítimas de los sentidos sociales de la vida (Reguillo, 1995: 122).

Una ciudad se reconoce como tal en tanto se diferencian en ella grupos que interactúan entre sí a partir de la necesidad práctica de convivir. De hecho, no puede pensarse la existencia de un ámbito social urbano sin reconocer la interacción y comunicación entre los grupos sociales. La experiencia urbana se desarrolla en la convivencia de los grupos, en una comunicación ideal basada en la negociación, el diálogo y el entendimiento. Es en esta relación de convivencia donde los grupos buscan su identidad e intentan imponerse –en el sentido de dotarse de visibilidad como grupo– para satisfacer sus expectativas.

La ciudad, desde una perspectiva sistémica, se puede entender como ente reflexivo, con capacidad para actuar sobre sí misma, “no sólo sobre el espacio construido y sobre el esquema organizativo sino también sobre el *software*, sobre su cultura, sobre la atmósfera. La ciudad nueva contemporánea intenta ser una ciudad que refleja, que organiza y torna exaudibles los deseos” (Amendola, 2000: 63). Por otra parte, la idea de imaginario social acerca a una forma de comprender la ciudad que pone el énfasis en su dimensión simbólica o de representación social. El imaginario social se entiende como el conjunto de representaciones colectivas que rigen los sistemas de identificación y de integración social. Pintos (2000: 2) lo define como aquellos esquemas, construidos socialmente, que nos permiten percibir algo como real, explicarlo e intervenir operativamente en lo que en cada sistema social se considere como realidad.

Abordar la ciudad desde una mirada que ponga énfasis en lo comunicativo no puede obviar elementos y características de las ciudades, como su diversidad, la multiplicidad de experiencias de quienes habitan en ella y sus rasgos territoriales o espaciales. En las siguientes páginas se presenta un recorrido por algunos de los rasgos de la ciudad, vista como espacio, como experiencia, como diversidad y, por último, como sistema de comunicación.

LA CIUDAD COMO ESPACIO SOCIAL

“La ciudad no es ya un simple contenedor, pues ella es espacio, esto es, lugar particular del hecho social que lo produce al generar, potenciar y encauzar fuerzas que sólo son dinámicamente posibles en él y desde él” (Mejía y Zambrano, 2000: 12-13). Esta definición nos acerca al concepto de espacio social, ampliamente desarrollado por Bourdieu (1992) a partir de su idea de campo o estructura social objetiva.

Para el autor, el espacio social es un sistema de posiciones sociales que se definen las unas en relación con las otras, y que por tanto, ponen en evidencia la desigualdad y las relaciones de poder. El espacio social es, en definitiva, un sistema de diferencias sociales jerarquizadas en función de un sistema de legitimidades socialmente establecidas y reconocidas en un momento determinado.

En las ciudades modernas, caracterizadas por un alto grado de diferenciación y complejidad, el espacio social se torna multidimensional y se presenta como un conjunto de campos relativamente autónomos, aunque articulados entre sí: el campo económico, el campo político, el campo religioso, el campo intelectual, etcétera. Un campo, es una esfera de la vida social que se ha ido haciendo autónoma progresivamente a través de la historia en torno a cierto tipo de relaciones sociales, de intereses y de recursos propios, diferentes a los de otros campos.³

La ciudad puede ser vista como un conjunto de campos, o bien como un campo en ella misma, sobre todo con base en la consideración del campo como espacio de juego (Bourdieu, 1992). Tal y como afirma Delgado (1999b: 25), las relaciones urbanas son, en efecto, estructuras estructurantes, puesto que proveen de un principio de vertebración, pero no aparecen estructuradas —esto es, concluidas o rematadas—, sino estructurándose, en el sentido de estar elaborando y reelaborando constantemente sus definiciones y sus propiedades, a partir de los avatares de la negociación ininterrumpida a la que se entregan unos componentes humanos y contextuales que rara vez se repiten.

Las ciudades tienen una dimensión geográfica y una dimensión simbólica. El concepto de espacio público articula ambas dimensiones, ya que la ciudad incluye una gran variedad de espacios públicos que la caracterizan y constituyen su imagen (calles, edificios públicos, plazas, esculturas, mobiliario urbano, puentes, etcétera). Todos estos espacios son significados por las personas que habitan la ciudad. Según Lynch (1960), un elemento o un espacio urbano entra en el mundo percibido de las personas o de las colectividades cuando reúne tres

³ Bourdieu (1992:73) recurre a la metáfora del juego para dar una primera imagen intuitiva de lo que entiende por campo. Éste sería “un espacio de juego relativamente autónomo, con objetivos propios a ser logrados, con jugadores compitiendo entre sí y empeñados en diferentes estrategias según su dotación de cartas y su capacidad de apuesta (capital), pero al mismo tiempo interesados en jugar porque creen en el juego y reconocen que vale la pena jugar”.

elementos: la identidad, que lo distingue de otros elementos; la estructura, que marca una relación entre el observador y lo observado; y el significado, entendido como una implicación emotiva y funcional para el sujeto que otorga cierto sentido a su entorno.

Diversas aproximaciones de la vida en la ciudad enfatizan el detrimento de la vida pública y el repliegue hacia lo privado, hacia el espacio doméstico. Pero la ciudad nace como espacio público que da sentido y pautas a lo privado (Amendola, 2000: 265), o lo que es lo mismo, la identidad personal tiene en el espacio uno de sus referentes más importantes, de modo que puede ser acertado hablar de la identidad de lugar o *place-identity* (Hunter, 1987).

El espacio público tiene como virtud principal ser a la vez espacio de representación y espacio de socialización, esto es, de copresencia e interacción ciudadanas. Este último aspecto es de vital importancia si se considera que la socialización es posible gracias a la interacción comunicativa entre sujetos sociales, y entre sujetos y objetos. En este sentido, el espacio público coincide con el espacio cotidiano de los juegos, de las relaciones causales con los otros, del recorrido diario entre las diversas actividades y del encuentro (Borja y Muxí, 2001: 95). Como espacio de representación, sin embargo, pudiera parecer que la ciudad tiende a constituirse en un escenario organizado en torno al anonimato y la ignorancia mutua, las relaciones efímeras, y aparentes o simuladas.⁴

El abordaje teórico del concepto de espacio público requiere, además, la comprensión de la territorialidad como dimensión primordial de su existencia. Así entonces, el espacio público, como constructor de identidades, sólo puede existir si los que habitan la ciudad lo dotan de un significado de propiedad, o lo que es lo mismo, si los habitantes logran apropiarse⁵ de él:

⁴ Al respecto, Amendola (2000: 266) afirma que “todos añoramos el espacio público porque advertimos la falta del ágora y del espacio de los acontecimientos y con ellos notamos la ausencia de la interacción y de la variedad que los espacios del mercado y de las representaciones sociales permiten”. Sin embargo, si bien es cierto que en la ciudad postmoderna se advierte un anonimato creciente, no suscribimos que se esté dando la total desaparición del espacio público como lugar de encuentros e interacciones sociales.

⁵ El concepto de apropiación es antónimo al de alienación. La apropiación es un proceso dialéctico y cíclico entre una componente de acción y otra de identificación simbólica. “Mediante la acción sobre el entorno, la persona y la colectividad transforman el espacio, dejando su impronta, y lo incorporan en sus procesos cognitivos y afectivos”.

La identificación de los individuos con un área que interpretan como propia, y que se entiende que ha de ser defendida de intrusiones, violaciones o contaminaciones. En los espacios públicos la territorialización viene dada sobre todo por los pactos que las personas establecen a propósito de cuál es su territorio y cuáles son los límites de ese territorio (Delgado, 1999b: 30).

En este sentido, las personas o grupos pueden definirse a sí mismas con base en una identificación con un entorno urbano concreto, sea cual sea su nivel de abstracción (barrio, área o ciudad). Por lo tanto, hablar de identidad social urbana, con relación al espacio público, supone tomar en cuenta varias dimensiones, tanto espaciales como sociales e ideológicas. Todas estas dimensiones se articulan en torno al denominado espacio simbólico urbano, entendido como un elemento urbano que identifica a un grupo social vinculado a este entorno. Dicho de otra forma, vincular el espacio urbano con la apropiación simbólica permite un acercamiento entre los conceptos de espacio e identidad.

Como espacio distinto al espacio público, más no antagónico, llamamos el espacio privado, aquél destinado a la vivencia y experiencia íntima, familiar, doméstica. Si en la antigüedad dicho espacio estaba limitado a los componentes anteriores, en la actualidad no se puede afirmar que exista un espacio privado prístino, ajeno a lo público, totalmente diferenciado de éste. Si lo público existe como extensión y visibilización de lo privado, este último debe su existencia, hoy en día, a la entrada de la dimensión pública en su seno.

Otro eje analítico importante para el abordaje de la ciudad lo constituyen las dimensiones espaciales de centro y periferia. En las ciudades actuales, los centros constituyen los motores de su existencia y cambio. El centro es la ciudad del deseo que produce y soporta imágenes y realidad (Amendola, 2000: 32), es la ciudad representada mediáticamente, imaginada. Es la esencia de la ciudad, lo mostrable, lo que de forma casi automática atribuimos a la representación que nos hacemos de cualquier ciudad. El centro, de alguna manera, representa a la ciudad entera.

Si el centro genera la imagen de la ciudad, la periferia está destinada a sumergirse en el mundo de lo invisible, de lo no mostrado, hasta

tivos de una manera activa y actualizada. Es decir, lo dotan de significado individual y social a través de los procesos de interacción" (Pol y Valera, 1999: 4).

de lo escondido. Dicha parte residual de la ciudad “no tiene fuerza para producir una imagen diferente de sí misma. Es la ciudad de las periferias y de los marginados, los residuos de la *coketown* sin tiempo. Es la no ciudad, o mejor dicho, la ciudad de los no-lugares” (Amendola, 2000: 32). El no-lugar debe ser entendido como lo que posibilita la desimbolización del espacio.⁶

En un sentido similar se encuentra la lectura de Moreno (1991:100) en torno a la división del espacio social de la ciudad entre centro y periferia. Para la autora, el centro es el espacio en el que se ubican quienes se ocupan de reglamentar la vida del colectivo, mientras que la periferia estaría formada por los restantes espacios sociales ocupados por otros y otras mujeres y hombres y sobre los que se erige ese Centro, simbolizado como superior.

EL BARRIO, TELÓN DE FONDO DE LA COMUNICACIÓN

El barrio es una estructura tan antigua como la misma ciudad, aunque su naturaleza y función hayan variado significativamente a lo largo de su historia. Pese a estas transformaciones, las estructuras de barrio sobreviven no sólo en los espacios de la ciudad tradicional, sino en las nuevas agrupaciones que se transforman de diversas formas para recuperar de nuevo su antigua condición de barrio, proceso que ocurre con la mediación de procesos sociales (migraciones, cambios en la estructura familiar y otras instituciones) y económicos (industrialización, auge del sector terciario, proceso de concentración o dispersión de la actividad económica, entre otros).

Como asiento de una determinada comunidad, el barrio sirve como marco de vida para el desarrollo de la actividad humana. Su escala permite la interacción y solidaridad entre individuos, el aprendizaje, la expresión política, el desarrollo de una base económica y diversos niveles de privacidad (Chermayeff y Alexander, 1967) necesarios para la vida familiar y doméstica. En este sentido, el barrio ejerce de mediador entre los espacios públicos y los espacios domésticos, y se erige como uno de los escenarios básicos de las prácticas comunicativas –las interacciones cotidianas– de los habitantes de la ciudad.

⁶ En términos de Augé (2001: 92), el no-lugar es “un espacio donde no puede leerse identidad, ni relación ni historia”.

Siguiendo la reflexión de Buraglia (1999), el barrio se caracteriza por la comunicabilidad, la sociabilidad, la sostenibilidad, la variedad, la recursividad, el arraigo, la seguridad, el control, la tolerancia, la solidaridad y la prospección. Según el autor, y desde un punto de vista socioespacial, el barrio es contenedor de componentes como el territorio, la centralidad, los equipamientos sociales y los referentes. Poniendo el acento en la comunicabilidad, Amendola afirma que “la ciudad tiende a desaparecer para dejar lugar a los barrios en tanto unidades constitutivas dotadas no sólo y no tanto de funcionalidad como de riqueza simbólica, donde todavía queda la posibilidad de una real comunicación horizontal entre sus habitantes” (Amendola, 2000: 123). Esto permite considerar al barrio como el contenedor básico de las negociaciones comunicativas que tienen lugar en el espacio urbano.

Más atención requieren las funciones atribuidas a los barrios. Desde la sociología urbana se ha entendido el barrio como articulador entre las diversas escalas de la vida social urbana, integrador de la vida familiar, referente espacial, generador de identidad, articulador entre diversos grados de privacidad e integrador de las redes sociales de solidaridad y apoyo.

El barrio, por tanto, es el escenario en el que se gestan las identidades urbanas múltiples que se entretajan en el espacio de la ciudad. La identidad sociocultural de los actores de las urbes tiene como fundamento los conocimientos que éstos van construyendo a lo largo de sus vidas, por medio de las interacciones cotidianas de las que participan y que les permiten ir construyendo un sentido de pertenencia. La pertenencia está relacionada con la apropiación del espacio, que puede ser considerada de uno (apropiación individual), de un grupo (apropiación colectiva) o de todos (apropiación social). Valera y Pol (1994) destacan que la dimensión territorial de una determinada categoría social urbana resulta un elemento de gran relevancia dentro de los procesos de identificación endogrupal, así como de diferenciación con el exogrupo. Así entonces, un determinado barrio puede distinguirse de otro en función de las características de los sujetos que lo habitan. Y a la inversa, las personas se identifican, antes que con su ciudad, con el barrio, por ser éste el entorno que permite una interacción mayor, y a la vez, por ser el barrio el lugar más próximo y conocido.

LA CIUDAD COMO EXPERIENCIA

La cultura contemporánea se caracteriza por la exaltación de lo vivencial, por la recuperación de la propia experiencia como valor privilegiado para la construcción del sujeto social. Así entonces, la ciudad no es sólo un lugar ocupado, sino más bien un lugar practicado, usado, experimentado. Un lugar vivido en toda su dimensión. O como afirma Baigorri (1995: 1), la ciudad es el espacio físico de la coexistencia. Y en este sentido, se erige como escenario o marco idóneo para la coexistencia de experiencias diversas.

Tradicionalmente, se distingue una doble concepción de la experiencia a lo largo del pensamiento occidental. Por un lado, está la experiencia externa, asociada a los sentidos y a la concepción autosuficiente del objeto; esta tradición va desde Demócrito hasta el neopositivismo, pasando por Platón y los empiristas ingleses. Por otro lado, se habla de la experiencia interna, asociada a la imposibilidad de separar el sujeto del mundo en el acto de conocer, en la tradición que va desde Heráclito y Gorgias hasta los posmodernos, pasando por ciertas interpretaciones aristotélicas, algunas concepciones idealistas implícitas en Descartes, Leibniz, Berkeley y Kant, el vitalismo de Bergson y el psicoanálisis. El anclaje articulado de esta doble visión tiene lugar, sin duda, en la tradición de la fenomenología. Desde los antecedentes hegelianos hasta Husserl, Heidegger, Schütz y Merlau-Ponty, se traza un puente entre la experiencia como aprehensión del entorno a través de los sentidos (experiencia externa) y la experiencia como vivencia del mundo por el sujeto en sus dimensiones sensorial y simbólica (experiencia interna).

En las últimas décadas, el concepto de experiencia se ha convertido en clave para entender los cambios que está viviendo el espacio urbano, ya que implica la consideración del sujeto como activo en la representación de la ciudad. En este sentido, el ciudadano se convierte en un “actor que construye una ciudad propia, absolutamente personal pero no por ello menos verdadera y menos ciudad, hecha de itinerarios, gustos, redes de relaciones, imágenes, deseos y prácticas” (Amendola, 2000: 105).

El actor social, por lo tanto, no se limita a recitar un papel, pues el papel se interpreta pero la experiencia va más allá: se vive. Estas consideraciones son el punto de partida de los estudios acerca de los imaginarios urbanos, que buscan, como afirma Gorelik (2004: 7), “hacer pre-

sente lo que la gente realmente desea o siente, la multiplicidad de sus experiencias frente a la ambición reduccionista de los planificadores”.

Así entonces, la ciudad experimentada es trazada por la propia subjetividad del individuo que la vive. En palabras de Amendola (2000: 105), con una especie de *zapping*, la persona elige lugares, estilos, imágenes, códigos, ángulos y los combina en una experiencia personal. Una experiencia que, si bien es compartible, nunca es transferible de forma idéntica de unos a otros sujetos. De ahí que la idea de la homogeneidad de la ciudad sea sólo una falacia y tenga poco sentido: la ciudad es palimpsesto. Es un ser inacabado, que se va construyendo de acuerdo con los recorridos que en él se efectúan (Imbert, 1987: 191). El mismo autor, basándose en las aportaciones de Sansot (1998: 193), afirma que “la ciudad es, ante todo, un ser paradójico: obra del hombre, resultado de un querer-ser histórico y, sin embargo, actante inconexo, no jerarquizado, susceptible de lecturas y recorridos varios. Estructura abierta, si las hay”.

La calle, como espacio público por excelencia, es el lugar privilegiado para la vivencia o experiencia urbana. A la manera como lo expresaría Durkheim (1970), la calle es el escenario de prácticas, de formas de hacer, ajenas al espacio geométrico o geográfico que se ha construido desde fuera, con base en premisas teóricas y abstractas. En la calle se ponen en escena las diversas formas de vivir y experimentar lo urbano: es entonces el lugar en donde convergen los haceres, los sentires, los deseos de los que habitan la ciudad. Es el espacio en donde prima la interacción, y por tanto, el espacio de comunicación por excelencia.

Una de las expresiones que mejor sintetizan la concepción de la ciudad como experiencia es la de “ir-haciendo-la-Ciudad-a-través-de-la-vida-en-ella”, en el sentido de que la ciudad no nace hecha, sino que es a través de la experiencia de quienes la viven como la ciudad toma forma y adquiere sentido como tal.

LA CIUDAD COMO DIVERSIDAD

Como espacio experimentado, vivido, la ciudad agrupa las más diversas formas de ser, sentir, hacer y vivir. Es, pues, cuna de la diversidad. Algo que pudiera parecer intrínsecamente positivo –la diversidad como enriquecimiento colectivo–, deviene sólo una ilusión, pues en nombre de la diversidad se legitiman prácticas discriminadoras que hacen que la desigualdad se anteponga a lo diverso, a lo distinto.

Las ciudades con altos índices de población inmigrante, por ejemplo, llevan al extremo ambos rasgos: diversidad y desigualdad. Pero no se debe reducir el asunto de la diversidad a la llegada de inmigrantes. La condición heterogenética de las ciudades modernas ya fue puesta de manifiesto en la primera mitad del siglo xx, desde la Escuela de Chicago.⁷ Esta condición confirma que una metrópoli no puede estar hecha de otra cosa que de gente de todo tipo, llegada de todo el mundo (Delgado, 1998: 29).

Otra imagen es la de la ciudad como heterotopía. Siguiendo a Foucault (1984), la ciudad heterotópica estaría a caballo de la ciudad vivida –ciudad tópica– y la ciudad soñada o imaginada –ciudad utópica–. En este sentido, la heterotópica es una ciudad donde no hay nada orgánico, un espacio sin territorio ni código, disperso pero opaco (Delgado, 1998: 44). En palabras de Foucault la ciudad heterotópica está constituida de:

[...] lugares reales, lugares efectivos, lugares que están diseñados en la institución misma de la sociedad, que son especies de contraemplazamientos, especies de utopías efectivamente realizadas en las cuales los emplazamientos reales, todos los otros emplazamientos reales que se pueden encontrar en el interior de la cultura, están a la vez representados, cuestionados e invertidos, especies de lugares que están fuera de todos los lugares, aunque sean sin embargo efectivamente localizables (Foucault, 1984: 3).

Los procesos de desterritorialización y reterritorialización son también fundamentales para comprender la condición diversa de la ciudad contemporánea. Por una parte, la ciudad se desterritorializa porque en su seno todo lo que concurre y ocurre es heterogéneo, movable, dinámico. Por la otra, los espacios urbanos recobran sentido al ser reusados, reutilizados, experimentados y vividos por nuevas personas, quienes ponen en escena prácticas distintas, a partir de objetos, signos y símbolos distintos. De algún modo, tiene lugar un *melting pot* cultural y sígnico (Amendola: 2000: 74).

⁷ Robert Ezra Park, el inspirador de la Escuela de Chicago, veía en la ciudad el sitio del surgimiento del individuo como unidad de pensamiento y de acción (Park, 1979: 165). Su aproximación ecológica a la ciudad plantea, entre otras cosas, la existencia de áreas naturales de segregación dentro de las ciudades. Según Park, la diversidad de las ciudades define una nueva forma de existencia, esto es, nuevos y distintos patrones de interacción social, de comportamiento y de organización comunitaria.

Las interacciones o relaciones comunicativas que operan en el seno de los espacios urbanos, así entonces, se fundamentan no tanto en la relación con los semejantes sino, en mayor medida, con aquellos que son diferentes a nosotros: El nudo es nuestra relación con el otro, con aquel que la cultura tradicionalmente etiqueta como extranjero, sea éste el viajero, el *outsider*, el refugiado, el mercader y hasta el esclavo (Amendola, 2000: 278).

La coexistencia con lo diferente, con lo diverso, hace que los límites de lo urbano, de la ciudad vivida, se hagan hoy más inciertos que nunca, de manera que lo ignoto se insinúa cotidianamente en la ciudad a través de la presencia del otro y de lo extraño.

Un contexto de diversidad no augura necesariamente una convivencia plena entre los que hacen posible esa diversidad. A menudo la convivencia se da sólo de forma aparente, sobre la base de una razón estética que elogia lo exótico de la diferencia. Una convivencia real debería ir más allá y operar sobre la declaración de la posible no comprensión del otro: convivo contigo también si no te comprendo (Amendola, 2000: 284). Esta convivencia estaría basada en la voluntad y capacidad de imaginar al mundo e imaginarse a uno mismo desde los ojos del otro.

Sirvan dos últimas imágenes para ilustrar la ciudad como cuna de una diversidad que, frecuentemente, fomenta la desigualdad. La primera imagen se refiere a la segregación, que impone a un grupo inferiorizado un territorio para autoorganizarse y le restringe la movilidad en el resto de zonas en que puede dividirse una ciudad (Delgado, 1998: 183). La segunda imagen es la de la gentrificación, esto es, “el recambio de la población de un área mediante la introducción de grupos sociales superiores por intervenciones de recuperación, tanto inmobiliarias como urbanas” (Amendola, 2000: 29). Esta última imagen nos acerca a la idea de una suerte de isla de bienestar que actúa en el espacio público como tapadera de la exclusión, de la segregación.

LA CIUDAD Y LA COMUNICACIÓN

Los enfoques de la comunicación están enriqueciendo el abordaje, la explicación y el análisis de lo que representa la ciudad desde un punto de vista social, económico, político o urbanístico. A los enfoques sociológicos, económicos, antropológicos y urbanísticos, así pues, hay que sumar la relevancia que toma la ciudad como objeto de estudio primordial para la Comunicación.

Aunque las preguntas por la ciudad y las formas de vida que se dan en ella no constituyen una novedad en el campo de la comunicación, se puede afirmar que, en la actualidad, estas preocupaciones requieren una mirada más abierta, interdisciplinar, que no reduzca los estudios a los conjuntos de prácticas comunicativas que tienen como telón de fondo el espacio ciudadano. Esto quiere decir que, si bien se ha abordado la ciudad desde la comunicación, se aprecia una falta de problematización del papel mismo de la ciudad como generadora de formas de socialidad y de comunicación específicas. Los estudios sobre prácticas culturales-comunicativas, por un lado, y los estudios acerca de la presencia de los medios de comunicación en el espacio urbano y de la construcción mediática de las ciudades, por el otro, han sido las temáticas predominantes en las investigaciones que han abordado la cuestión desde la disciplina de la comunicación. En palabras de Reguillo,

[...] la pregunta por la comunicación en la ciudad no se reduce a la infraestructura de los sistemas comunicativos, a la configuración de públicos en relación a esta infraestructura, aunque unos y otros de estos elementos sean parte consustancial de todo estudio sobre la ciudad y puntos de partida para el análisis, mientras no conviertan a la ciudad en un sistema cerrado o se diluyan en una apertura infinita (Reguillo, 1997: 27)

El trinomio territorio-identidad-acción colectiva puede abrir para las Ciencias de la Comunicación la posibilidad de análisis más complejos y finos sobre temas hasta ahora casi olvidados, como son la interacción comunicativa –que sitúa el debate en la construcción y mantenimiento de relaciones sociales–; la lucha por la apropiación y definición legítimas de objetos y prácticas sociales –que nos sitúa en los estudios acerca del poder y la construcción de la hegemonía–; y las fuentes de las que se nutren las representaciones y el imaginario colectivo que orientan a la acción, esto es, la presencia de los medios no como simples emisores de imágenes sino más bien como mediadores entre el ser y el hacer, como constructores de identidades específicas. Suscribiendo a Capel, desde esta perspectiva lo que cuenta es, sobre todo, las intensidades de las interrelaciones que se anudan en el interior del espacio urbano (Capel, 2001), en el entendido de que las interrelaciones tienen como fundamento a la interacción comunicativa.⁸

⁸ Esta última afirmación se relaciona con que la mercancía más importante que se

“Entre las muchas representaciones (o imágenes y paradigmas) utilizadas para interpretar la ciudad, aquella que la ve como un sistema de comunicación es probablemente la más actual y significativa” (Gómez, 1998: 1). Sistema es definido como un conjunto complejo e interrelacionado de espacios, actores y acciones en actividad constante. Uno de los principios básicos de la teoría de sistemas es que la sociedad no puede existir sin la comunicación; es en sí misma comunicación. Por ello, la afirmación que abre este apartado se sitúa, de algún modo, en una perspectiva sistémica tanto de la comunicación como de la ciudad.

Mela (1994) considera que el entorno o sistema urbano puede ser planteado como producto de la interdependencia de tres subsistemas con lógicas de funcionamiento, reglas y dinámicas autónomas: un sistema de localización de la actividad; un sistema de comunicación física, y un sistema de comunicación social. El primer subsistema haría referencia a los campos sociales que constituyen una ciudad; el segundo contiene todo lo referente a los soportes físicos empleados para la transmisión de información; y el tercero, por último, englobaría las formas de comunicación, de interacción comunicativa, que tienen lugar entre los diversos actores que conforman la ciudad.

Si la ciudad es un espacio de sociabilidad, de construcción de sujetos, mirar la ciudad desde la comunicación implica, en primer lugar, considerar la relación entre la cultura objetivada –lo que en palabras de Bourdieu (1992) constituyen los campos y sus capitales específicos– y la cultura incorporada o interiorizada –el *habitus*, siguiendo la propuesta del sociólogo francés. Ambas culturas se ponen en escena en forma de lo que él mismo denomina prácticas culturales. En palabras de Reguillo (1997: 24), esta consideración se resume en “la observación de la presencia de instituciones, discursos y prácticas objetivas en las representaciones de los actores urbanos”. La relación entre lo objetivo y lo subjetivo, dimensiones básicas de la cultura y, por ende, de la identidad cultural, puede ser mirada y objetivada en las prácticas sociales o culturales, a partir de ejes analíticos y organizadores de la ciudad como son lo público y lo privado, lo central y lo periférico y, en una dimensión más simbólica, lo legítimo y lo ilegítimo. Así entonces, la ciudad no se reduce a su dimen-

intercambia en una ciudad es la conversación, la información cara a cara, el rumor, etcétera (Borja y Muxí, 2001: 31).

sión espacial o campal –objetiva–, pero tampoco es sólo un conjunto de representaciones incorporadas por los sujetos. Es, como queda claro en la afirmación anterior, una compleja combinación entre ambas dimensiones.

La ciudad como construcción mediática

Las percepciones acerca de la ciudad contemporánea se alimentan en gran medida del imaginario urbano construido, representado y narrado por los medios de difusión masiva. Así entonces, la ciudad y sus representaciones mediáticas se producen mutuamente. Como constructores de la realidad, o difusores de representaciones sociales⁹ acerca del mundo, los medios configuran un determinado mito urbano. En palabras de Amendola (2000: 173), “viajamos atraídos por estas imágenes de ciudad y de lugares, frecuentemente sólo para encontrar en la experiencia la confirmación de la imagen conocida y para poder narrar nosotros mismos un relato de ciudad ya escrito”. En este sentido, la imagen urbana, en su dimensión mediatizada, es penetrante y constituye un importante factor de socialización que anticipa el conocimiento de las ciudades, que permite que éstas se convierten en algo conocido antes de haber sido vividas o experimentadas de forma directa.

En la misma línea se sitúa la reflexión de Gómez (1998: 3), quien afirma que “la construcción imaginaria de la ciudad, producida por las industrias de la cultura y de la comunicación, entabla individual y colectivamente un diálogo con el ciudadano, quien contrasta su visión con la versión mediática, retroalimentándose mutuamente”. En este sentido, se puede decir que los ciudadanos, como sujetos sociales, leen la ciudad como primer referente de su experiencia existencial, y a la vez, negocian sus percepciones y vivencias con las lecturas que vienen propuestas –o impuestas– por parte de los medios de difusión masiva. Se produce, así entonces, una negociación –que puede ser compartida o puede generar un choque– entre las cosmovisiones pro-

⁹ Hablar de representaciones sociales implica una referencia obligada al concepto de conciencia colectiva de Durkheim (1970). Esta noción “es del todo pertinente para comprender la sociedad contemporánea y sus diversas efervescencias, las que se efectúan en torno o a partir de sentimientos, de emociones, de imágenes, de símbolos, causas y efectos de esta conciencia colectiva” (Maffesoli, 2001: 101). En este sentido, la ciudad no se constituye únicamente de cosas materiales, sino que la idea que los individuos se hacen de la ciudad misma es tanto o más importante que la imagen material que la ciudad desprende o contiene.

ducto de la experiencia subjetiva de los individuos y las versiones que los medios construyen sobre la experiencia urbana.

Lo interesante del debate es ver hasta qué punto una y otra dimensión pueden entenderse de forma independiente. Es decir, ¿hasta qué punto podemos hablar de experiencias y percepciones subjetivas acerca de la ciudad sin tomar en cuenta la imagen que de ella transmiten los medios? Y a la inversa, ¿pueden los medios construir versiones sobre la experiencia urbana sin antes aprehender cómo es que está siendo vivida la ciudad por parte de los sujetos que la habitan? La imposibilidad de dar respuesta a una y otra pregunta permite hablar de la interdependencia entre las versiones e imágenes de la ciudad, entre la ciudad vivida y la ciudad construida mediáticamente.

Las imágenes que de la ciudad tienen sus habitantes se nutren, por tanto, de construcciones mediáticas. Sin embargo, vivir la ciudad aporta una experiencia que difícilmente puede ser substituida por la imagen que de ella difunden los medios. Esta afirmación se sustenta en que, a pesar de que una ciudad es impensable sin su relato, sin el imaginario o la representación que se crea en torno a ella, dicho relato es diferente al objeto que representa; no obstante, analíticamente es difícil, quizás imposible, cortar esta estrecha relación entre la ciudad y las narraciones que la toman como objeto para representar.

Y es que la ciudad puede ser mirada y vivida de muchas y muy diversas maneras. Las narraciones de los medios son, solamente, una forma posible de ver la ciudad. Dada esta multiplicidad de miradas, de formas de ver y vivir las ciudades, podemos decir que las fronteras entre la ciudad y los relatos que se hacen de ella tienden a perderse o, al menos, a difuminarse. Y a ello han contribuido en gran medida los discursos de los medios de comunicación, en los que “el mundo real se transforma en un espectáculo permanente en el que se eliminan las barreras entre actor y espectador, entre simulación y realidad, entre historia y ficción” (Amendola, 2000: 81-82). Las ciudades, por tanto, se viven no sólo de forma directa, con experiencias cotidianas de comunicación e interacción en los espacios públicos, sino también a partir de las representaciones que sobre ella transmiten los medios.

CIERRE: LECTURAS TRANSVERSALES SOBRE LA CIUDAD

A lo largo de estas páginas hemos visto que el abordaje de la ciudad, y de los entornos urbanos en general, requiere miradas interdiscipli-

narias, esto es, varios acercamientos que pongan énfasis a las diferentes dimensiones de lo urbano. Se ha recuperado, sobre todo, un abordaje que pone énfasis en el ámbito subjetivo de la ciudad, es decir, en las experiencias y vivencias de quienes la habitan, por un lado, y en las representaciones que de la ciudad se hacen estos mismos actores urbanos, por el otro. Para ello, se han presentado cuatro miradas específicas sobre los entornos urbanos, concebidos como espacio social, como cúmulo de experiencias, como escenario de la diversidad y como fenómeno comunicativo.

Queda claro que la ciudad, como espacio incierto y ambiguo, es un escenario colectivo de encuentro entre lo diverso, de experiencias variadas difícilmente clasificables, y de intercambios comunicativos o interacciones permanentes. Esta dimensión simbólica de la ciudad es susceptible de ser abordada de múltiples formas y a partir de un vasto número de conceptos y categorías. Aunque en este caso únicamente hemos presentado cuatro abordajes posibles, no negamos que existan otros muchos que también contribuyan a una mejor comprensión de nuestros entornos urbanos. Como espacio social, nos interesa la ciudad no sólo en términos físicos-territoriales, sino sobre todo entendida como campo de luchas, como espacio significado por las personas que lo habitan y como escenario en que la frontera entre lo público y lo privado se diluye o, al menos, pierde fuerza; desde el punto de vista de las experiencias, la ciudad se erige como un lugar practicado, usado, experimentado, vivido subjetivamente por quienes la habitan; como escenario de lo diverso, se pone el acento en la condición heterogenética y heterotópica de las ciudades, es decir, en la naturaleza diversa de la ciudad, por un lado, y en su carácter disperso y articulador de lo vivido-experimentado y lo soñado-imaginado, por el otro; desde el punto de vista de la comunicación, la ciudad se concibe como espacio de interacción por excelencia, y también como conjunto de imágenes o representaciones difundidas por medio de distintos vehículos, entre los que destacan los medios de comunicación, que promueven ciertas construcciones de lo urbano.

Es desde este lugar que estamos en condiciones de cerrar nuestras reflexiones presentando una suerte de lectura transversal sobre las ciudades y lo urbano. Lecturas que tratan de articular estas cuatro miradas expuestas a lo largo del texto de forma independiente pero que, sin duda alguna, presentan lazos y vínculos indisolubles. Así, la mirada de la ciudad como un espacio social no puede desvincular-

se de la representación que de ella hacen los medios, como tampoco puede aprehenderse sin tomar en cuenta las formas diversas de vivir y habitar la ciudad de los sujetos. Espacio, diversidad, experiencia y representación mediática van, entonces, de la mano. Como sistema de comunicación, la ciudad es el escenario básico de las experiencias de quienes la habitan, y como tal, genera identidades, formas de vivir, de actuar, de imaginar, de soñar. Experiencia y comunicación, por tanto, no pueden tampoco desvincularse. Desde el punto de vista de las construcciones mediáticas de la ciudad, hay que tomar en cuenta que los medios de comunicación difunden ciertas representaciones de las ciudades y, a la vez, contribuyen a esa debilitación de la frontera entre lo público y lo privado a la que nos referíamos anteriormente. Como constructores de realidades sobre lo urbano, los medios promueven ciertas formas de experimentar –de forma indirecta– las ciudades, a través de discursos específicos que determinan –o al menos condicionan– los comportamientos de los habitantes en los espacios urbanos. Nuevamente, experiencia y comunicación van de la mano. Al respecto, en el texto nos preguntábamos lo siguiente: ¿hasta qué punto podemos hablar de experiencias y percepciones subjetivas de la ciudad sin tomar en cuenta la imagen que de ella transmiten los medios? Sin duda alguna, y con la multiplicación y diversificación de discursos a los que tenemos hoy acceso en el entorno mediático digital, la ciudad que nos muestran los medios es una extensión de la que vivimos cotidianamente, y a la inversa. Por otra parte, el espacio urbano facilita ciertas experiencias, pues es en la calle donde se ponen en escena las múltiples formas de vivir y experimentar la ciudad. En la calle prima la interacción, y desde este punto de vista, la ciudad, como espacio social, es un espacio de comunicación. Espacio, territorio y comunicación es, por tanto, otro de los triángulos conceptuales con que podemos aproximarnos al estudio de la ciudad.

Sea cual sea el abordaje desde el que pretendamos acercarnos a los espacios urbanos, queda claro entonces que éstos no pueden sino ser aprehendidos desde múltiples lecturas y a partir de distintos conceptos que lo construyen como un espacio social contenedor de experiencias diversas, facilitador de la interacción, representado mediáticamente y, al fin y al cabo, articulador de múltiples formas posibles de vivir y experimentar nuestros mundos de vida.

REFERENCIAS

- Amendola, G. (2000). *La ciudad postmoderna*. Madrid, España: Celeste.
- Augé, M. (2001). *Ficciones de fin de siglo*. Barcelona, España: Gedisa.
- Baigorri, A. (1995). *La ciudad como organización física de la coexistencia*. Documento mimeografiado.
- Borja, J. y Muxí, Z. (2001). *L'espai públic: ciutat i ciutadania*. Barcelona, España: Diputació de Barcelona.
- Bourdieu, P. (1992). *Les règles de l'art. Genèse et structure du champ littéraire*. París, Francia: Seuil.
- Buraglia, D. (1999). *El barrio, desde una perspectiva socio-espacial. Hacia una redefinición del concepto*. Documento mimeografiado.
- Capel, H. (2001). *Dibujar el mundo. Borges, la ciudad y la geografía del siglo XXI*. Barcelona, España: Editorial del Serbal.
- Chermayeff, J. y Alexander, C. (1967). *Comunidad y privacidad*. Buenos Aires, Argentina: Nueva Visión.
- Delgado, M. (1998). *Diversitat i integració*. Barcelona, España: Empúries.
- _____. (1999a). *El animal público*. Madrid: Anagrama.
- _____. (1999b). Dinámicas identitarias y espacios públicos. *Cidob d'Afers Internacionals*, 43-44, 17-33.
- Durkheim, É. (1970). *La science sociale et l'action*. París, Francia: Seuil.
- Foucault, M. (1984). De los espacios otros. Conferencia dictada en el Cercle des études architecturales, marzo de 1967, en *Architecture, Mouvement, Continuité*, N° 5, octubre.
- Gómez Mompert, J. (1998). *La configuración mediática de la ciudad contemporánea*. Conferencia en el IV Congreso de ALAIC: Recife, Brasil, 12-16 de septiembre de 1998.
- Gorelik, A. (2004). *Imaginario urbano e imaginación urbana. Bifurcaciones*, Santiago de Chile, Chile. Recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/558/55800101.pdf>.
- Harvey, D. (1998). *La condición de la posmodernidad*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Hunter, A. (1987). The symbolic ecology of suburbia. En *Human Behavior and Environment*, Vol. 9. Nueva York: Plenum Press, 191-219.
- Imbert, G. (1987). Figuras de lo urbano (la ciudad y su reverso). En *Estudios Semióticos*, 13-14, Associació d'Estudis Semiòtics de Barcelona, 189-208.
- Jelin, E. (1996). Ciudades, cultura y globalización. Recuperado de <http://132.248.35.1/cultura/informe/art7.htm>.

- Ledrut, R. (1974). *El espacio social de la ciudad*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Lynch, K. (1960). *The image of the city*. Cambridge: MIT Press, Cambridge.
- Maffesoli, M. (2001). El imaginario social, en Vergara, A. (coord.), *Imaginario: horizontes plurales*. México: Escuela Nacional de Antropología e Historia, 97-103.
- Mejía, G. y Zambrano, F. (Eds.). (2000). *La ciudad y las ciencias sociales*. Bogotá: Instituto Distrital de Cultura y Turismo.
- Mela, A. (1994). *La città come sistema de comunicazioni social*. Milán, Italia: Franco Angeli.
- Moreno, A. (1991). *Pensar la historia a ras de piel*. Barcelona, España: Editorial de la Tempestad.
- Park, R. (1979). La ville comme laboratoire social. En Grafmeyer, Y. y Joseph, I. (Eds.). *L'École de Chicago*. París, Francia: Ed. Du Champ Urbain.
- Pintos, J. (2000). Construyendo realidad(es): los imaginarios sociales. Recuperado de <http://www.usc.es/cpoliticas/mod/book/view.php?id=786>.
- Pol, E. y Valera, S. (1999). Symbolisme de l'espace public et identité sociale, en *Villes en Parallèle*, pp. 13-33. En línea, disponible en <http://www.ub.edu/escult/doctorat/html/lecturas/villes.pdf>.
- Pratt, M. (1991). *Imperial eyes. Travel writing and transculturation*. Londres-Nueva York: Routledge.
- Reguillo, R. (1995). Pensar la ciudad desde la comunicación. En Galindo, J. y Luna, C. (Coords.). *Campo académico de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva*. México: ITESO-CONACULTA.
- _____ (1997). Los mitos gozan de cabal salud. El horizonte de las creencias colectivas en la modernidad mexicana. *Comunicación y Sociedad*, 27.
- Sansot, P. (1998). *Du bon usage de la lenteur*. París: Payot.
- Valera, S. y Pol, E. (1994). El concepto de identidad social urbana. Una aproximación entre la Psicología Social y la Psicología Ambiental. *Anuario de Psicología*, 62 (3), 5-24. ❁

*La Habana a todo color.
Representaciones de la ciudad
en la telenovela
cubana contemporánea*

JANNY AMAYA TRUJILLO¹

*Y si me preguntas qué quiero yo:
La Habana a todo color...
Vanito. La Habana a todo color.*

Desde hace ya varias décadas, se ha evidenciado un creciente interés por la dimensión simbólica de las ciudades contemporáneas. A contrapelo del tradicional énfasis de arquitectos, urbanistas, geógrafos y demógrafos por las cuestiones físicas, estadísticas, y los “datos duros”, la ciudad ha dejado de ser comprendida como un dato preexistente, para convertirse también en un espacio simbólico en constante recreación. En variado espectro de disciplinas que convergen en el análisis de las dimensiones simbólicas, subjetivas y culturales de las ciudades contemporáneas, una de las áreas más fértiles ha sido la de comunicación y ciudad.

Es precisamente en esta línea de investigación que se inscribe este trabajo, explorando una de las dimensiones posibles de esta compleja relación entre comunicación y ciudad: la de su recreación y representación simbólica en los medios masivos de comunicación. Específicamente, este artículo se propone describir

¹ Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad de Guadalajara y Maestra en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de La Habana, Cuba. Ha trabajado fundamentalmente en la línea de estudios históricos en comunicación y en estudios sobre ficción televisiva. jannyamaya@gmail.com.

la representación de la ciudad de La Habana en la telenovela cubana contemporánea. A mi juicio, existe una tendencia –si no reciente, al menos creciente– a la representación de espacios y tramas urbanos en la telenovela cubana, que han tomado a la ciudad de La Habana como territorio de enclave y representación fundamental. En ellas, el interés por el uso de las imágenes de la ciudad como recurso estético ha coexistido con la intención de representar los conflictos, la heterogeneidad y la complejización social no sólo de la vida urbana, sino de la sociedad cubana en general. Para ilustrar esta tendencia, me apoyaré en la descripción analítica de tres casos de estudio, cuya selección obedece, fundamentalmente, a criterios de intencionalidad. Se trata de las telenovelas *Si me pudieras querer* (1999), *A pesar de todo* (2000) y *Oh, La Habana* (2007). A partir de este corpus, pretendo mostrar la diversidad de los usos y representaciones de la ciudad en la telenovela cubana contemporánea.

El artículo está estructurado en dos apartados fundamentales. El primero de ellos tiene un énfasis teórico, y está dirigido hacia la identificación de algunas de las líneas fundamentales en las que se ha desarrollado la vertiente de estudios en comunicación y ciudad. También me propongo recuperar en él algunos presupuestos teóricos fundamentales para el análisis de las representaciones ficcionales de la ciudad en los casos de estudio seleccionados. El segundo apartado pretende ofrecer un marco general para entender las peculiaridades de la producción y funcionamiento social del género telenovela en Cuba, así como una descripción básica de las tendencias fundamentales de este género durante las últimas décadas, profundizando específicamente en el análisis de las representaciones de la ciudad.

CONFLUENCIAS: DEL ESPACIO Y EL TERRITORIO HACIA LA CULTURA Y LA COMUNICACIÓN... Y TAMBIÉN VICEVERSA

Puede afirmarse que, así como ha sido evidente un giro hacia las dimensiones culturales y subjetivas dentro de los estudios geográficos y urbanos, los estudios en comunicación han prestado creciente atención a la dimensión espacial y territorial como enclave fundamental para la comprensión y análisis de los procesos, prácticas e instituciones comunicativas. Algunas de las claves fundamentales para repensar las relaciones entre espacio, territorio y cultura han descansado en el rechazo de una concepción empirista e instrumental del espacio –como contenedor vacío o mero escenario de la vida social, económica y cultural–,

y en el tránsito hacia la concepción del territorio como espacio apropiado y valorizado por los sujetos sociales (Giménez, 1996). Se enfatiza entonces en la concepción del territorio, no como dato preexistente, sino como producto de las relaciones sociales y culturales, que puede considerarse en diversas escalas y dimensiones analíticas.

En el campo específico de los estudios sobre comunicación y ciudad, Rizo (2005) ha identificado tres grandes grupos de temas o macro objetos de estudio. En primer lugar, aquellos que buscan analizar las relaciones entre la comunicación y la esfera pública, centrándose en los vínculos entre espacios urbanos, cultura política y procesos de comunicación para la construcción de la democracia. La segunda gran vertiente identificada por Rizo estaría conformada por aquellos trabajos que vinculan “el espacio urbano y la producción o construcción de sentidos sobre el mundo, y específicamente, sobre la ciudad habitada” (Rizo, 2005: 204). En esta área se han desarrollado temáticas prioritariamente vinculadas con los usos del espacio urbano, la apropiación de territorios, la comunicación para el desarrollo urbano y los aspectos de estética en la apropiación del espacio, entre otros. Por último, se ubican aquellos trabajos interesados en la relación entre las narrativas urbanas y la vida cotidiana, en los que el objetivo fundamental es “analizar la multiplicidad de discursos sociales que coexisten –en armonía o conflicto– en el espacio urbano, y sus condiciones de visibilidad diferencial en el espacio público” (Rizo, 2005: 204).

Siguiendo estas premisas, se ha estructurado una vertiente de estudios específicamente enfocados en el papel de los medios de comunicación en las representaciones e imaginarios urbanos. Los medios deben ser considerados, más allá de determinismos lineales

[...] como los principales agentes constructores del sentido urbano, los que seleccionan y combinan las referencias emblemáticas. Son también los que hacen participar a algunos ciudadanos en el debate sobre lo que la ciudad es o puede ser, y proponen a los demás esas opiniones y demandas como síntesis imaginarias del sentido de la ciudad y de lo que significa ser ciudadano (García, 1996: 13).

Desde esta perspectiva se trata de reconocer el papel de los medios, como fuentes fundamentales para la constitución de representaciones e imaginarios urbanos y de identidades sociales y culturales. Más allá de reduccionismos o sobrevaloraciones, ellos constituyen lugares de construcción y legitimación de representaciones sociales, lo

que no implica su comprensión como instancias monopolizadoras de las definiciones de la realidad (Reguillo, 1995).

DE LA CIUDAD VIVIDA A LA CIUDAD REPRESENTADA. ITINERARIOS TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS

Según analiza Giménez (1996), una de las dimensiones fundamentales para el análisis de las relaciones entre territorio y cultura ha estado centrada en el estudio del territorio apropiado como objeto de representación y apego afectivo, y como símbolo de pertenencia. Refiere entonces, no ya a una realidad territorial externa culturalmente marcada, sino a una realidad territorial interna e invisible, que resulta de la filtración subjetiva de la primera, con la cual coexiste. En tanto espacio valorizado y apropiado, el territorio y la ciudad son también objeto de representaciones y construcciones simbólicas, y éstas no son únicamente el resultado de una interiorización del espacio, sino que tienen (o pueden tener) diferentes implicaciones objetivas y subjetivas sobre los modos en que los sujetos individuales y colectivos construyen, delimitan, se apropian e interpretan su territorio o su ciudad.

Como afirman Giménez y Héau (2007: 25), el territorio existe dos veces: en la realidad objetiva y en la representación. “Todo grupo humano tiene una representación simbólica de su territorio, la cual prescinde de la totalidad y de la analiticidad de los elementos que lo constituyen, pero los resume en pocos y vigorosos rasgos, suficientes para orientar sus decisiones”.

Estas consideraciones apuntan hacia una concepción general de las representaciones del territorio como los esquemas socioculturales, los modelos creados y compartidos socialmente que permiten a los sujetos sociales la creación de un patrón mental, sentimental y racional (Rodríguez, 2009) con respecto a su territorio. Estas representaciones no constituyen –advierten Giménez y Héau– simples reflejos de la realidad, sino que constituyen organizaciones significantes, y no son irrelevantes puesto que ellas operan como guía en las prácticas territoriales; son representaciones constructivas que confieren un valor simbólico añadido, es decir, un significado social a la geografía física de un lugar dado, y revisten por lo general un carácter socio-céntrico, es decir, sirven a las necesidades, valores e intereses de los individuos y grupos (Giménez y Héau, 2007: 25-26).

Sin embargo, más que atender aquí a las representaciones sociales sobre el territorio, interesa destacar la importancia de los medios de comunicación como fuentes en la construcción y modelación de representaciones sociales sobre el territorio y la ciudad; y de los imaginarios urbanos a partir de la producción y circulación de representaciones mediáticas y ficcionales de la ciudad.

Atendiendo a la naturaleza constitutiva de los medios de comunicación en las sociedades contemporáneas, se plantea entonces el estudio de las representaciones sociales en la cultura mediática, es decir, “cómo una entidad del espacio público proyecta una visión de un objeto social, cómo se objetivan saberes especializados, divulgados y aplicados en sus productos y cómo se anclan con saberes preexistentes generados en otras instancias de socialización y que forman parte del sentido común de determinadas categorías sociales” (Rodríguez, 2009: 30). En general, se trata de aceptar que existe un entramado complejo de relaciones recíprocas entre las representaciones de la ciudad propuestas en los medios de comunicación, y las representaciones sociales e imaginarios urbanos.

Aunque el análisis de las representaciones mediáticas de la ciudad ha privilegiado, sobre todo, la referenciación, (re)construcción y recreación de lo urbano en espacios de corte informativo o de opinión, un supuesto implícito en este trabajo es el hecho de que ellas también pueden encontrarse en los productos de la ficción, y específicamente en el género telenovela. Frente al emparentamiento de la noción de ficción con funciones meramente evasivas, se trataría, en cambio, desde otra perspectiva, de considerar la ficción no como evasión, sino como prolongación, alargamiento y proyección de la realidad social.

En mayor medida de lo que se reconoce, la ficción es real, en términos de aquel realismo emocional y simbólico que no restituye una imagen especuladora y fiel de la realidad factible, sino que abre el horizonte de las experiencias a esferas de elaboración, identificación y proyección fantástica que ya forman parte de la vida cotidiana y que, por eso mismo, son trozos significativos y activadores de efectos de la realidad (Buonnano, 1999: 60).

Siguiendo estas perspectivas –y retomando algunas de las consideraciones ya enunciadas en torno a las representaciones mediáticas y las representaciones sociales del territorio–, las representaciones ficcionales de la ciudad podían ser definidas como los modelos o patro-

nes simbólicos construidos y contenidos en los productos de la ficción radiotelevisiva que tienen como referente fundamental los espacios, los acontecimientos, los actores y las dinámicas urbanas. Estas representaciones no constituyen una extrapolación o reflejo directo de la realidad física y social a escala urbana, sino que se articulan como organizaciones significantes, cuyo carácter ficcional no obsta para que proporcionen esquemas y guías (potenciales) en el reconocimiento, la valoración y la práctica social en las ciudades. Ellas son siempre representaciones parciales –en tanto también resumen, y prescinden de la totalidad y de la analiticidad de los elementos que conforman lo urbano– (Giménez y Héau, 2007: 25). No son representaciones inocuas, sino constructivas, que pueden visibilizar u ocultar, conferir o restar valores simbólicos añadidos a la geografía y arquitectura física de la urbe, y proponer determinadas lecturas, apropiaciones o interpretaciones en torno a la ciudad, sus habitantes, dinámicas y conflictos.

En el caso de la telenovela, como género específico dentro del espectro de la ficción televisiva, estas representaciones deben ser consideradas en estrecha vinculación con su doble funcionamiento como género fuerte –proveedor de reglas estructurales precisas, estables, y redundantes– y como “género-producto” –que responde a una lógica de producción, una estrategia narrativa y un formato específico que definen un contexto de enunciación y un campo de efectos– (Escudero, 1997).

Para el análisis de las representaciones ficcionales de la ciudad en este trabajo, asumiré como guía metodológica la síntesis de una serie de ejes y conceptos de análisis recuperados de las propuestas de algunos autores como Bonnemaison (en Giménez y Héau, 2007), Foucault (1984), y de los investigadores latinoamericanos Giménez y Héau (2007), y Rizo (2005). A continuación se desglosará brevemente cada una de estas dimensiones de análisis.

- Paisajes urbanos representados: el paisaje es comprendido a partir de su concepción como un punto de vista de conjunto sobre una porción del territorio. Constituye entonces una instancia “privilegiada de la percepción vivencial del territorio en la que los actores sociales invierten en forma entremezclada su afectividad, su imaginario y su bagaje sociocultural interiorizado” (Giménez y Héau, 2007: 21), y se devela también como un recurso y encuadre fundamental para su representación. Desde la perspectiva de la geografía cultural, el paisaje tiene

como función principal la “condensación metonímica del territorio no visible en su totalidad” (Giménez y Heau, 2007: 21). Según Bonnemaïson (en Giménez y Héau, 2007: 21), pueden reconocerse distintos tipos de paisaje: a) Paisaje-marco de vida (entorno de la vida cotidiana); b) Paisaje-patrimonio (vinculado a la memoria colectiva); c) Paisaje-recurso (valorado en términos mercantiles); d) Paisaje-identidad (en términos afectivo-identitarios).

- Uso de geosímbolos: el análisis del uso de los geosímbolos permite profundizar el papel de lo simbólico en el espacio, y supone que los símbolos adquieren mayor fuerza y relieve cuando se encarnan o fijan en lugares y parajes concretos (Giménez y Héau, 2007: 17).
- Espacios urbanos de visibilidad en la telenovela: en este sentido, centrándose sobre todo, a los espacios o ámbitos urbanos a los que se confiere (o no) visibilidad en las telenovelas. Especialmente, me enfocaré en la tensión u oposición centro-periferia en las representaciones ficcionales de la ciudad, teniendo en cuenta el supuesto de que “el centro es la ciudad representada mediáticamente, imaginada. Es la esencia de la ciudad, lo mostrable, lo que de forma casi automática atribuimos a la representación que nos hacemos de cualquier ciudad” (Rizo, 2005: 211). Así, el escenario de anclaje de las distintas tramas puede dar cuenta de una representación más o menos inclusiva de la diversidad urbana.
- Heterotopías: según Foucault (1984), se trata de aquellos lugares reales, efectivos, que están diseñados en la constitución misma de la sociedad, que son especie de contraemplazamientos, de utopías efectivamente realizadas, en las cuales los emplazamientos reales que se pueden encontrar en el interior de la cultura están a la vez representados, cuestionados e invertidos. Según Foucault, existen diferentes tipologías de heterotopía de crisis, de desviación, eternizantes, de ilusión, —entre otras—, que pueden tener funciones distintas, y según la sincronía de la cultura en la que se encuentran pueden tener un funcionamiento u otro. A los efectos de este trabajo, la constitución de heterotopías será considerada, sobre todo, en cuanto al sentido y las funciones que ellas adquieren dentro de las representaciones

ficcionales de la ciudad, y estarán en estrecha relación con los paisajes, geosímbolos y espacios urbanos de visibilidad.

Aunque el universo de telenovelas que sitúan sus tramas en La Habana, y que construyen, en mayor o menor medida, representaciones ficcionales de la ciudad es amplio (alrededor de quince telenovelas entre 1999 y 2012), se seleccionaron para este trabajo tres casos de estudio: *Si me pudieras querer* (1999), *A pesar de todo* (2000) y *Oh, La Habana* (2007). En ningún modo debe pensarse que esta selección agota la diversidad de representaciones ficcionales de la ciudad construidas en un número tan amplio de telenovelas, tan diversas e irregulares entre sí. Por el contrario, los casos seleccionados deben ser considerados como representantes, ilustradores de algunos de los distintos modos en que la telenovela ha construido y recreado simbólicamente la ciudad de La Habana.

El análisis se estructuró en varias fases. En un primer momento, se realizó un visionaje de los primeros quince y de los últimos cinco capítulos de cada una de estas telenovelas (es decir, las fases de inicio o planteamiento, y de resolución de las tramas),² y se identificaron en ellos escenas específicas en las que la ciudad era representada. Cabe aclarar que en esta selección no se tuvo en cuenta únicamente o principalmente escenas exteriores, en las que la ciudad se construye explícitamente, sino también escenas interiores desde las cuales emergía una cierta representación del espacio urbano. En total, fueron seleccionadas 39 escenas (15 de *Si me pudieras querer*, 10 de *A pesar de todo* y 14 de *Oh, La Habana*).

A partir de las categorías teóricas mencionadas, se realizó un análisis de contenido cualitativo. Se elaboraron fichas de estudio para cada una de las escenas seleccionadas, en las que se registraron los recursos expresivos y performativos –audiovisuales y verbales– que modelaban

² La revisión de estos dos momentos o fases específicas puede explicarse por varias razones. En promedio, una telenovela cubana tiene entre ochenta y cien capítulos, de alrededor de 45 minutos de duración cada uno. Era imposible –por razones de tiempo– realizar el visionado total de los tres casos seleccionados. Sin embargo, yo tenía un conocimiento previo de la totalidad de ellas, en parte, debido a mi condición de receptora habitual, y en parte por razones de un proyecto de investigación más amplio en el que me encuentro aún trabajando. Por lo tanto, la selección específica de ellos no implicaba el desconocimiento de la totalidad de la narrativa. No obstante, vale aclarar también que autores como Dorcé (2005) han abundado previamente en la argumentación de la pertinencia de este tipo de criterios de selección.

cada una de las categorías mencionadas previamente. Luego, se realizó un balance general de los resultados preliminares obtenidos para cada una de las telenovelas, y se procuró articular su relación con las temáticas y objetos más generales desarrollados en las tramas.

Además, en aras de situar este análisis de los mensajes en las condiciones sociohistóricas en las que fueron producidos y apropiados, se usó, como técnica complementaria, a la revisión de textos secundarios referidos a las telenovelas, como artículos periodísticos y estudios de audiencia.

TELENOVELA CUBANA, ¿PASIÓN Y PREJUICIO? ALGUNOS APUNTES BÁSICOS PARA COMPRENDER EL DEVENIR DE ESTE GÉNERO EN CUBA

La telenovela constituye el producto cultural más distintivo de la televisión en América Latina (Mazziotti, 1996: 169). Según analiza Sánchez (2000), el nombre de telenovela lleva implícito el problema del género: por una parte, el término novela la inscribe en la tradición de las narraciones, de la que provienen algunas características del género. En cambio, otra denominación, la de teleteatro, instala este tipo de ficciones dentro de la tradición dramática, de la que hereda gran parte de su composición genérica. No obstante, la pertenencia de la telenovela a “lo dramático no logra neutralizar sus conexiones con lo narrativo. El sincretismo es el rasgo fundamental del género telenovelesco y una de sus manifestaciones esenciales es precisamente el sincretismo narración/representación” (Sánchez, 2000: 21).

El esquema narrativo en la telenovela es relativamente fijo y se estructura a partir de una trama central plagada de obstáculos, intrigas y giros sorprendidos, alrededor de la que se desenvuelven historias secundarias paralelas. Aunque el tema principal generalmente es el amor de una pareja heterosexual, se reconocen también otras variantes narrativas que han perdurado reiterativamente, con algunas innovaciones, desde los inicios del género hasta hoy, como el *plot* de amor, de regreso, de triángulo, de venganza, de Cenicienta y de sacrificio, por ejemplo Mazziotti, 1996. Existen, además, tipologías definidas de personajes arquetípicos y fácilmente identificables, principalmente femeninos, como la heroína, la falsa heroína, la agresora o malvada, entre otros (Sánchez, 2000: 27).

Más allá de sus invariantes, la heterogeneidad en cuanto a patrones, modalidades de producción y circulación, temáticas o pautas de

representación, evidencian un proceso de nacionalización del género en el continente. En este sentido, se ha indicado que:

[...] cada país ha hecho de la telenovela un particular lugar de cruces entre la televisión y otros campos culturales como la literatura, el cine, y el teatro. La telenovela se convirtió así en un conflictivo, pero fecundo terreno de redefiniciones político-culturales (Martín, 2002: 19).

En el caso cubano, el fenómeno de la ficción audiovisual se remonta al hito fundacional de la radionovela *El derecho de nacer* en el año 1948. La novela del santiaguero Félix B. Cagnet marcaría el patrón de un género que se extendería al continente latinoamericano, y se transfiguraría posteriormente en un canon básico para la producción de telenovelas en América Latina. El primer espacio dedicado a la novela en la televisión cubana –*La Novela en Televisión* espacio de Canal 6 CMQ TV– saldría al aire en octubre de 1952 y se mantendría hasta marzo de 1953 (Cué, 2009). Con este paso de la radio a la telenovela el consumo del género se mantendría en niveles elevados (Alonso, 1999: 75). Además, las líneas fundamentales del género serían irradiadas a otros países como México, Colombia y Argentina, a partir de la venta de guiones y la implicación de personal cubano en la producción de telenovelas en esos países (Martín y Muñoz, 1992; Mazziotti, 1996).

Sin embargo, pese a compartir una matriz cultural y genérica común, la producción de ficción televisiva cubana tomaría derroteros diferentes de los adoptados en el resto del continente. Si bien en otros países latinoamericanos la producción de telenovelas devendría uno de los rubros fundamentales en la conformación de las industrias televisivas nacionales, en el contexto cubano, el triunfo de la Revolución en el año 1959, marcaría una transformación radical a nivel macro-social, que intervendría decisivamente en las orientaciones sociales, políticas y económicas del medio.

Después del triunfo de la Revolución, el sistema de comunicación mediática, y dentro de ella la televisión, sufrió cambios significativos: todos los medios se convirtieron en públicos y fueron centralizados por el estado.

Este hecho produjo, hasta nuestros días, una situación excepcional: a partir de ese momento, todos los mensajes y todos los medios provienen del mismo emisor –el

Estado— y responden a la misma ideología, a los mismos objetivos políticos, culturales, educativos, informativos e ideológicos (González, 2000: 62).

En el contexto de la Cuba revolucionaria comenzó a generarse una actitud velada de reticencia ante los códigos melodramáticos predominantes en la telenovela. Si bien no se trataría de una disposición oficial que normara o impusiera el rechazo oficial hacia el género —no existen, o no se reconocen documentos o directivas oficiales al respecto—, imperaría una suerte de acuerdo tácito, que presumía su desvalorización y necesaria readecuación. Sin embargo, ello no supuso un abandono del género telenovela, sino más bien su supervivencia accidentada, pese a la transformación institucional del sistema radio-televisivo —ahora estatalizado, y despojado de toda lógica comercial—, y a la radicalización de un proceso revolucionario que hizo de la cultura uno de sus frentes estratégicos. Gradualmente se fue estableciendo tanto para la radio como para la telenovela un superobjetivo: “conseguir, a través de un espectáculo válido, y de eficacia probada, que el público se dé cuenta de los cambios que operan en la nación” (Cuartas en Bianchi, 1998: 20).

De acuerdo con las concepciones predominantes, tanto en materia de política cultural, como de los nuevos objetivos y funciones sociales de los medios, se reconoce entonces el establecimiento de nuevas tendencias y modos de hacer en la telenovela cubana. Según describe el escritor y guionista Eliseo Altunaga (1997: 15), se produjo intuitivamente un desgajamiento entre tres vertientes fundamentales dentro de la televisión: la de los tradicionales, la de los clásicos, y la de los innovadores. La primera de estas tendencias ocupaba el espacio *Horizontes*, concebido por Aleida Amaya y Antonio Vázquez Gallo, que devendría uno de los espacios de mayor duración en la pantalla cubana. Una de sus guionistas fundamentales sería Mayté Vera, que se caracterizaba, según Altunaga (1997: 15), por la propuesta de obras que seguían esquemas tradicionales aunque con tramas “extraídas de la nueva realidad: dirigentes, obreros y campesinos representaban los nuevos personajes, frente al conflicto de la producción y de la vida”. La segunda vertiente, desarrollada por directores y guionistas como Roberto Garriga y María Bachs, y nucleada en el espacio de *Grandes Novelas*, se centró en las adaptaciones de las obras de las grandes novelas románticas o realistas, sobre todo francesas, rusas e inglesas. Y por último, se refiere a la existencia de “un conjunto de jóvenes,

agrupados en lo que se llamó *el ghetto*. [...] ante la fuerte oposición burocrática fueron derivando hacia estructuras seriadas de más de 27 minutos, programas experimentales o el traslado hacia otras instituciones culturales” (Altunaga, 1997: 15).

El espacio *Horizontes* –que se mantendría al aire durante aproximadamente veinte años, desde inicios de la década de 1960 y hasta la de 1980, alternando esporádicamente con el espacio *Grandes Novelas*, dedicado a las adaptaciones literarias– sería indicativo de los nuevos modos de concebir el género. Conocidas popularmente como novelas de sindicato, en clara alusión a los temas obreros y campesinos que pretendían representar, el espacio *Horizontes* se caracterizó no sólo por ilustrar la lucha de líderes obreros, sino también por la descripción de nuevos escenarios y conflictos sociales.

Sin embargo, la exhibición de la telenovela brasileña *La esclava Isaura*, a mediados de la década de los años ochenta, vino a desatar las pasiones contenidas de varios millones de cubanos, en un nuevo fenómeno de masas que obligaría a desandar el largo camino trazado por las telenovelas del espacio *Horizontes*. El fenómeno masivo desatado por los avatares de Isaura, Álvaro y Leoncio –protagónicos en la mencionada telenovela brasileña– pondrían en evidencia el desgaste estético de la fórmula de los “Horizontes” nacionales. La respuesta de la televisión cubana sería la producción de *Sol de Batey*, que con guión de Dora Alonso y bajo la dirección de Roberto Garriga, retomaría nuevamente la fórmula tradicional del melodrama televisivo. Sin embargo, es a partir de la década de los años noventa que los reajustes en cuanto a los contenidos, temáticas, enfoques y conflictos en la telenovela cubana se muestran de modo más evidente. Vale destacar que –aunque los estudios muestran el alto consumo de este producto en la población cubana a lo largo de varias décadas– sería durante la década de los años noventa, en que la telenovela de producción nacional ocuparía el primer lugar en los índices de teleaudiencia.³

³ Según los datos sistematizados por Alonso (1999: 88) –provenientes de los *ratings* e investigaciones de audiencia del Centro de Investigaciones Sociales del Instituto Cubano de la Radio y la Televisión– la trayectoria histórica del consumo de telenovelas en Cuba se ha comportado de la siguiente manera: década de 1960: no existen datos; década de 1970: elevada teleaudiencia y aceptación, con predominio del público femenino; década de 1980: incremento considerable del público masculino, pasa a ocupar espacios estelares de teleaudiencia; década de 1990: consolidación definitiva del género; primer lugar de teleaudiencia, tanto femenina como masculina.

Si bien una parte importante de la producción nacional durante esta década estuvo enfocada en telenovelas históricas o de época –como es el caso de *Magdalena* (1992), *Pasión y Prejuicio* (1992), *Las Honradas* (1994), *El año que viene* (1994), *Tierra Brava* (1997), o *El eco de las piedras* (1998)– desde la exhibición, en 1999 de *Si me pudieras querer*, considerada por algunos como una telenovela de ruptura (Palmeiro, 2001), puede reconocerse una tendencia creciente a la producción de telenovelas enfocadas en el aquí y el ahora de la realidad cotidiana de la nación.

A partir de este anclaje espacio-temporal en los conflictos y avatares de la sociedad cubana actual, la telenovela cubana se ha desarrollado, durante la última década, bajo una perspectiva eminentemente prosocial, mostrándose como dispositivo simbólico en la referenciación y resignificación constante de la nación, y mostrando una creciente vocación por el realismo y la naturalización en sus tramas. Además, en ella se observa una tendencia a la inclusión del *merchandising* social (Vassallo de Lopes, 2004), a partir de la incorporación de temas como el VIH-SIDA y la homosexualidad (*La cara oculta de la luna*, 2006; *Polvo en el viento*, 2008), los conflictos de la tercera edad (*Lo que me queda por vivir*, 2005), el embarazo en edades tempranas (*Doble juego*, 2002), la drogadicción (*Aquí estamos*, 2010), los conflictos sociales en torno a la vivienda (*Diana*, 2009), por sólo citar algunos ejemplos.

Algunas de éstas que constituyen tendencias emergentes en la telenovela cubana, erigen pautas ya establecidas y consolidadas dentro de las telenovelas brasileñas. Estas últimas han constituido, desde hace ya más de dos décadas, la contraparte extranjera constante a las telenovelas de producción nacional dentro de la oferta televisiva cubana, y han gozado históricamente de elevados niveles de audiencia y aceptación entre el público cubano, por lo que puede considerarse la probabilidad de que ellas hayan intervenido decisivamente tanto en las expectativas de las audiencias como en los criterios de guionistas, productores, conformando así un patrón modélico deseable para las telenovelas “hechas en Cuba” (Alonso, 1999).

LA HABANA DE LA PANTALLA. REPRESENTACIONES FICCIONALES DE LA CIUDAD EN TRES TELENÓVELAS CUBANAS

Unida a la vocación realista o naturalista en la referenciación de la realidad, una de las pautas recurrentes de la telenovela cubana durante las últimas décadas –aunque quizá menos observada– ha sido la ten-

dencia al desarrollo de tramas centradas prioritariamente en espacios urbanos, y específicamente en la ciudad de La Habana. Prueba de ello es el número de títulos producidos y exhibidos con estas características durante los últimos años, dentro de los que podrían citarse *Si me pudieras querer* (1999), *La otra cara* (2000), *A pesar de todo* (2000), *Violetas de agua* (2001), *Doble juego* (2002), *Salir de noche* (2003), *El balcón de los helechos* (2004), *Lo que me queda por vivir* (2005), *La cara oculta de la luna* (2006), *Oh, La Habana* (2007), *Polvo en el viento* (2008), *Diana* (2009), *Aquí estamos* (2010), *Añorado encuentro* (2010) y *Bajo el mismo sol* (2011). Si se tiene en cuenta que el promedio de la producción nacional de telenovelas en Cuba es de entre uno y dos títulos anuales, esta preeminencia de los espacios urbanos de la capital resulta mucho más evidente.

En ellas, el uso estético de los geosímbolos de la ciudad debe ser considerado en estrecha relación con el carácter geosimbólico que asume la propia ciudad como conjunto, pues La Habana no es sólo la capital político-administrativa de todos los cubanos, sino que, en sí misma, constituye un símbolo urbanístico y cultural de la cubanidad. Su condición de geosímbolo aparece continua e históricamente reforzada en productos culturales diversos como la música y la literatura, que la construyen no sólo como ciudad capital efectiva, sino también simbólica en el imaginario nacional. Gracias a su propio estatuto geosimbólico, La Habana parece funcionar como recurso metonímico en representaciones que pretenden sintetizar las problemáticas sociales de la Cuba contemporánea. Ella parece constituir una suerte de crisol y recurso sintético de la cubanidad, un laboratorio social que ofrece la posibilidad de observar a escala urbana los conflictos y aspiraciones nacionales.

Si me pudieras querer o “la telenovela del solar”

La Habana que se infiere en *Si me pudieras querer* fue exhibida por primera vez en la televisión cubana durante el año 1999. Bajo la dirección de Rafael Vidal, y sobre el guión original de la radionovela *Patio interior*, de Ernesto Daranas Serrano; tuvo una duración de ochenta capítulos de aproximadamente 47 minutos cada uno. Los protagonistas de la telenovela fueron las actrices Laritza Vega (Gretel), Jackeline Arenal (Marcia) y el actor Jorge Martínez (Alejandro).

La trama transcurre fundamentalmente en un solar –casa de vecindad– de La Habana Vieja, escenario de conflictos sentimentales de

los personajes que en él habitan. Marcia, Alejandro y Gretel son los vértices de un triángulo amoroso, complicado además por la antigua y sólida amistad que mantienen entre sí los dos personajes femeninos. Marcia es una médico de la familia, en cuyo sector de trabajo se encuentra el solar en que habita Alejandro, un pintor recién llegado. Entre ellos surge un noviazgo, y Marcia –mujer divorciada que ha sufrido bastante en materia de amores– cree haber encontrado en Alejandro el hombre de su vida, hasta que, tras el regreso de Gretel –su mejor amiga, emigrada a España, y cuya familia también habita en el solar– descubre que existió entre ella y Alejandro una breve, aunque intensa historia de amor que pondrá en crisis su relación. A partir de este conflicto central se desarrolla la trama de la novela, desgajada en numerosas subtramas y personajes secundarios, casi todos habitantes del solar.

Si me pudieras querer ha sido considerada en algunas investigaciones como telenovela de ruptura. Vale aclarar que se trata de la primera telenovela que abordó la realidad cubana después del inicio de la crisis económica y social cubana de la década de 1990, desencadenada a partir del derrumbe de los sistemas socialistas en Europa del Este. El país emergería de la crisis con importantes transformaciones en el orden político, institucional y económico, y significativas secuelas sociales, como el aumento de las desigualdades y la reestratificación social, el acceso diferenciado al consumo, la emergencia de nuevos actores y valores sociales, así como la proliferación de fenómenos de desorganización social como la indisciplina social, la delincuencia, la prostitución, la corrupción, el narcotráfico, la emigración ilegal, entre otros (Espina, 2005). Es en esta telenovela que:

[...] comienzan a ser incluidos, generalmente como tramas secundarias, temas nunca antes vistos en la televisión. La telenovela aborda la actualidad, y mira de frente a la delincuencia juvenil, drogadictos, homosexuales, víctimas de la violencia y el SIDA, como lo hizo antes con los abortos o los niños abandonados (Palmeiro, 2001: 58).

En cuanto a la representación ficcional de la ciudad que propone esta telenovela, a primera vista llama la atención la intención de recrear el paisaje urbano (exterior e interior) como marco de la vida cotidiana. Incluso, puede considerarse elocuente que, en su primer capítulo –uno de los que muestra una mayor utilización de los exteriores de la ciudad– se recurra a la utilización de imágenes que recrean

el movimiento cotidiano en la popular calle Obispo, no mostrándola maquillada o embellecida, sino resaltando precisamente sus contrastes: el ajetreo y la prisa, los rostros de los cubanos “de a pie”, la basura en las esquinas, el perro callejero, sucio y adormilado en el umbral de la puerta. O, por otro lado, las grandes filas para abordar el atestado transporte público, grabadas con una estética realista, sin afeites. Paradójicamente, esta recreación de la vitalidad de las calles –de la ciudad que vive más allá de las paredes del solar– no es una constante, sino un recurso ocasional que resulta contrastante con el estatismo, el acartonamiento y la esteticidad que predomina en las escenas e imágenes de las plazas públicas. En términos generales, la representación del paisaje urbano en esta telenovela muestra la imbricación de diversos usos y sentidos: el paisaje como marco de la vida cotidiana, reflejado no sólo en las imágenes de las calles sino en la elección del propio solar como enclave fundamental de la trama, que deviene incluso marco identitario capitalino y cubano; y el paisaje –patrimonio utilizado como recurso estético.

Por otro lado, es necesario profundizar en la de la selección del solar como escenario fundamental y las implicaciones de este marco para la representación de la ciudad. En Cuba, la denominación de *solar* es aplicada popular y extensivamente a las casas de vecindad. Se trata, en su mayoría, de antiguos edificios coloniales que contienen muchas viviendas reducidas, ubicadas casi siempre en antiguos espacios y habitaciones de estos grandes edificios. Generalmente, los solares habaneros comparten un patio interior y áreas comunes de convivencia como pueden ser, por ejemplo, los lavaderos e incluso en algunos casos, los servicios sanitarios. Son conjuntos habitacionales muy comunes, sobre todo en las zonas más antiguas de la ciudad. Más que un lugar o una tipología de lugar, el solar constituye en sí mismo un geosímbolo habanero, ya anclado en la representación que tienen de la ciudad sus propios habitantes y también los foráneos. Por una parte, son un símbolo distintivo y condensado de la cultura popular cubana y habanera: el escenario de la rumba, de los tambores, del chanqueteo, del baile, de la santería, el ron y el tabaco. El solar es un geosímbolo dentro del geosímbolo que en sí misma constituye la ciudad.

Por otra parte, el solar es también un recurso: la condensación metonímica de la heterogeneidad y la disparidad de la sociedad habanera y cubana. En él coexisten, en la trama de la telenovela, personajes-tipos que pretenden dar cuenta del colorido y la diversidad de la Cuba

actual, y de algunos de sus actores y valores emergentes después de la crisis: la emigrada al extranjero que regresa a reencontrar sus raíces (Gretel); el dirigente revolucionario ortodoxo, incapaz de adaptarse completamente a los cambios (Manuel, padre de Gretel); el joven estudioso, pero insatisfecho con las oportunidades que vislumbra para su futuro (Camilo); el joven delincuente, proxeneta y traficante (Alain); la cuentapropista⁴ dueña de su pequeño negocio (Marisol); la joven que es prostituta, o que está en vías de serlo (Jaquelín); el alcohólico (Ignacio); la mulata pintoresca (Bombón).

El solar deviene así un paisaje geosimbólico con un alto sentido referencial e identitario. Aunque el espacio urbano de visibilidad en la telenovela es el centro histórico de la ciudad –no aparece ninguna subtrama donde se reflejen espacios o conflictos situados en la periferia–, la ciudad extendida, e incluso el país, pueden, en cierto modo, inferirse a partir del solar como metáfora y síntesis de la diversidad. La ciudad, más que verse, se infiere del espacio interior, desde el patio del solar hasta las viviendas de sus personajes. La heterogeneidad y el colorido de los personajes y las distintas subtramas confluyen así en (y hacia) una suerte de microcosmos interconectado: todo confluye hacia el patio interior.

Desde otra perspectiva, el solar constituye también una heterotopía real, y reconstruida en la ficción: un contraemplazamiento. Por un lado, este lugar puede representar –aunque aparentemente– el cuestionamiento, la inversión e incluso la negación de muchos de los sueños, valores y aspiraciones socialistas. La igualdad y la justicia social, la homogeneización, y la aspiración de construir el hombre y la sociedad nuevos aparecen continuamente emplazadas, cuestionadas e incluso invertidas en el crisol de la diversidad y de la disfuncionalidad que representan algunos de los personajes solariegos. Aunque no puede considerarse que en este caso el solar muestre una heterotopía de desviación, sí constituye, en cambio, un espacio que pretende mostrar la desviación de la utopía revolucionaria. Tiene, además, en este caso, la capacidad heterotópica de yuxtaponer simbólicamente en un solo lugar múltiples espacios y emplazamientos que son en sí mismos incompatibles (Foucault, 1984): el consultorio del médico de la familia

⁴ Término empleado para denominar a los trabajadores independientes del estado, que trabajan “por cuenta propia”.

(Marcia), con la guarida del ex convicto y traficante (Anselmo); el estudio del pintor (Alejandro), con el salón de belleza (Marisol).

No obstante, como se refiere en párrafos anteriores, el recurso al solar como parte de la representación ficcional de la ciudad no asume, en esta telenovela, la función de una heterotopía de crisis o de desviación. Por el contrario, las funciones de este espacio urbano se asemejan más, en este caso, a la de una heterotopía de ilusión. En primer lugar, porque además de la idea de diversidad e interconexión que supone el solar, en la telenovela aparece exaltada, sobre todo, la idea de unidad e integración espacial y social, el estatuto de familiaridad, de unidad y de solidaridad que une a todos sus habitantes, más allá de sus diferentes posiciones sociales, intereses, y posturas ante la vida. Así, a la larga, se produce en la telenovela una neutralización de los significados, las trayectorias y los personajes desviantes o desviados en función de una normalidad impuesta.

De esta estrategia neutralizadora puede dar cuenta la propia opinión de los televidentes cubanos. La edulcoración de la realidad y la falta de verosimilitud en el comportamiento, discurso y desenlace dramático de muchos personajes fueron precisamente algunos de los aspectos más criticados por la audiencia en esta telenovela.⁵ Dentro de los aspectos que afectaban su verosimilitud, los televidentes destacaron, por ejemplo, el nivel de vida del solar, el exceso de lujo mostrado tanto en el tamaño de las viviendas, las condiciones de éstas, su decoración, como en las prácticas habituales de los personajes de la telenovela, en contraposición a las posibilidades reales dentro del país en esos años. Otras críticas se enfocaron en la ausencia de representación de problemas, necesidades y carencias vitales de la población cubana y capitalina de entonces, como la falta de agua corriente, los prolongados apagones o cortes de electricidad programados, entre otros. También, llamó la atención de los receptores la relación extremadamente fraternal entre los habitantes del solar de la telenovela,

⁵ En este aspecto, me apoyo en el informe de la investigación realizada por Nelia Casado, especialista del Centro de Investigaciones Sociales del Instituto Cubano de Radio y Televisión (CIS- ICRT, 1999), titulado "Aproximación a la repercusión en el público cubano de la telenovela (*Si me pudieras querer*)" (1999). Se trata de un estudio cualitativo, en el que se implementaron cinco talleres o grupos de discusión de alrededor de 10 receptores cada uno. El estudio fue motivado por la relación extremadamente contradictoria que mantuvo la audiencia con esta telenovela, que llegó a alcanzar los más altos niveles de teleaudiencia y gusto (de 82% y 94% sus valores máximos respectivos), pero que, a la vez, resultó fuertemente criticada por los televidentes.

cuando en realidad son estos espacios en los que predomina el conflicto, el antagonismo y la discordia, máxime en las extremas condiciones que atravesaba entonces el país. Además de estos aspectos, la normalización y disolución de los conflictos estuvo amparada, en los discursos y comportamientos moralizantes de algunas figuras (Marcia, Manuel); la falta de credibilidad de personajes desviados y luego regenerados (Jaquelyn); o en la excesiva polarización de personajes negativos, marginales, ya socialmente irre recuperables (Anselmo, Alain).

De este modo, aunque pareciera que la intención inicial de los realizadores y guionistas era mostrar en *Si me pudieras querer* una imagen de La Habana como la de una ciudad que emergía de la crisis con nuevos rostros y sentidos plurales, una ciudad que se autorreconocía en su propio desgarramiento social, y se autorreinventaba pese a la situación en la que se encontraba, ésta terminó siendo una representación inclusiva, pero edulcorada de la ciudad, en la que el énfasis no está tanto en el conflicto o la diferencia, como en la unidad, la reconciliación, la solidaridad y la pertenencia, disolviendo o degradando de esta manera los matices de la pluralidad y la contradicción internas, que constituyen algunos de sus rasgos actuales.

A pesar de todo, *o la ciudad escenario*

Esta telenovela, escrita por Mayté Vera y dirigida por Eduardo Moya, fue exhibida en la televisión cubana durante el año 2000, en ochenta capítulos de aproximadamente 45 minutos de duración cada uno. Su trama se centra en los conflictos personales y profesionales de tres amigas, en edad adulta: Maura (Zelma Morales), Ana Iris (Miriam Mier) y Cristina (María Teresa Pina).

La telenovela trata de mostrar las barreras que impiden la plena realización profesional y sentimental de estas mujeres, que —a pesar de todo— enfrentan estos desafíos y se plantean reacomodar o reemprender su vida en la edad en que ya muchas mujeres se acostumbran al hastío. De este núcleo central se derivan varias subtramas fundamentalmente relacionadas con los coprotagonistas masculinos —esposos, parejas o pretendientes de las protagonistas—, sus hijos, y sus relaciones y conflictos. A diferencia de la telenovela anterior, en ésta los conflictos, aunque pueden ser genéricos, y se vinculan fundamentalmente con fenómenos como el machismo, los prejuicios, y las barreras de género en general, tienen proyecciones públicas menos evi-

dentes, y el guión no establece conexiones tan fuertes de *merchandising* social como en *Si me pudieras querer*. La intención de mostrar conexiones con la realidad cubana de esos años es menos evidente, y aunque se centra en temáticas sociales complejas como las que se mencionaban anteriormente, la trama les confiere un matiz más individual y privado.

Por esa misma razón –y por supuesto, también por convenciones de género– los espacios interiores son mucho más predominantes. Sin embargo, la caracterización de algunos personajes como arquitectos de obras en restauración por el programa de la Oficina del Historiador de la Ciudad (Maura, Alfonso, entre otros), así como el personaje del fotógrafo enamorado de su ciudad (Luis Alberto), son un pretexto continuamente explotado para insertar imágenes de esta zona de la ciudad, o para situar en ellas diferentes situaciones dramáticas.

Así, la telenovela apela a una representación del paisaje urbano que privilegia, sobre todo, su sentido estético. Las imágenes exteriores de la ciudad –circunscritas al ámbito del centro urbano histórico, remozado y embellecido– son utilizadas como mero escenario, estático telón de fondo de una ciudad que pareciera detenida en el tiempo y el espacio. Se evidencia en este caso un énfasis en la representación de la ciudad a partir de su paisaje patrimonial, comprendido específicamente como patrimonio arquitectónico. Esta recreación recurrente de las zonas turísticas de la ciudad puede apuntar también hacia una explotación de la ciudad como paisaje-recurso, es decir, enfatizando en aquellos enclaves urbanos que pueden tener un valor económico-mercantil, derivados en este caso de sus cualidades estéticas y patrimoniales.

A pesar de todo explota algunos que pueden ser considerados como los geosímbolos de una Habana intemporal. La plaza y la Basílica menor de San Francisco de Asís, por ejemplo, remiten, en este caso, a una representación de la ciudad en la que, más que el dinamismo, la actividad y la vitalidad, se resalta en cambio como espacio espiritual, etéreo, que desdibuja sus fronteras espacio-temporales. Este desdibujamiento y desanclaje aparecen reforzados por la utilización ocasional de imágenes con tonos desvanecidos o degradados, que confieren a estos espacios un aura de misticismo, e intangibilidad. Además, se recurre a la representación de geosímbolos que remiten a mitos o fantasmas urbanos como el del Caballero de París –y su estatua de bronce, ubicada precisamente en las afueras del templo de San Francisco de Asís–, figura mítica de un quijotesco megalómano

habanero, que deambulaba por las calles de la ciudad desde la década de 1950, asombrando a los habitantes con su apariencia extravagante, su amabilidad, su cultura y su conocimiento.

El espacio urbano visible en la telenovela es exclusivamente el centro histórico de la ciudad. No obstante, vale destacar que en este caso, a diferencia de la telenovela analizada anteriormente, esta selección no obedece a la intención de recurrir al “centro” como recurso metonímico o sintético para la representación de la ciudad, sino que se utiliza en cambio, en un sentido meramente estético y estático. El centro es el espacio para la puesta en escena, escenario que sólo cobra vida desde y a partir de la acción dramática de los personajes, y que no tiene otro sentido que el de reforzar o contener la atmósfera sentimental de éstos. Es el tablado sobre el que se ejecuta la trama, no el espacio vivo que la configura. Así, por ejemplo, en las escenas de galanteo y amor entre los personajes de Maura y Luis Alberto –situaciones en las que se muestra más frecuentemente las imágenes de ciudad en la telenovela–, el centro y los espacios públicos de la ciudad son sólo el marco, no el contexto.

Si bien en la representación ficcional de *Si me pudieras querer* el centro podía ser tomado como ese “punto de convergencia, espacio de concentración capaz de “designar metafóricamente un contenido que quiere ser tan esencial como su posición: un centro que hace centro porque tiene contenidos esenciales” (Ostrowetsky, 1996), en cambio, *A pesar de todo* muestra la imagen de un centro artificial, que resulta infraexpresivo e infrapolítico, porque en él, el espacio ya no está cargado de simbolizar lo que contiene (Ostrowetsky, 1996).

El centro constituye, en este caso, una suerte de heterotopía eternizante: un espacio en el que el tiempo pretende acumularse, suspenderse en el infinito, que rompe, de algún modo, con el tiempo tradicional y el tiempo de la vida cotidiana. El centro histórico encierra aquí no sólo la voluntad de encerrar todos los tiempos, todas las épocas, sino también la idea de constituir un lugar de todos los tiempos que esté fuera del tiempo (Foucault, 1984). Este lugar constituye a la vez en la telenovela, una heterotopía compensatoria que pretende crear otro espacio, “tan real, tan perfecto, tan bien ordenado, como el nuestro (el de la vida y la ciudad reales) es de desordenado, mal administrado y embrollado” (Foucault, 1984, s/p). La imagen del centro de la ciudad resalta su concepción como espacio idílico –y espacio para el idilio–, paisaje fotograbable, donde predominan la belleza, los va-

lores arquitectónicos, la armonía, oculta en cambio el rostro opuesto, contradictorio y decadente de la ciudad que vive.

Oh, La Habana, ¿*la ciudad protagonista*?

Oh, La Habana, telenovela dirigida por Charlie Medina con guión de Abraham Rodríguez y Eurídice Charradán fue televisada en Cuba en el año 2007, con más de cien capítulos de alrededor de 45 minutos. Figuraron en su elenco actrices como Larisa Vega, María Teresa Pina, Dianelys Brito, Laura de la Uz; y actores como Roberto Perdomo, Omar Alí, Mario Limonta, Enrique Almirante, Raúl Lora y Alejandro Socorro, entre otros.

En la trama, varias historias, en las que la búsqueda de la felicidad constituye el eje común, se entrelazan en el marco socioeconómico de La Habana contemporánea. Mercedes (Larisa Vega), una mujer madura, debe enfrentar la crisis y decadencia de su matrimonio con Edgardo (Omar Alí) y reprimir su naciente fascinación por Cosme (Roberto Perdomo). Además, debe lidiar con sus responsabilidades como jefa de obra de un hotel en construcción. Los conflictos de otras dos mujeres, también adultas, Lucrecia (María Teresa Pina) e Irasema (Dianelys Brito) –la primera, obrera en la obra de construcción que dirige Mercedes; la segunda, costurera–, ambas madres solteras, serán otro de los ejes centrales de esta trama que se teje alrededor de las vivencias y conflictos de alrededor de sesenta personajes.

Desde su propio título, la telenovela se declara en compromiso abierto con la referencia y la recreación de la ciudad. En palabras de su propio director, *Oh, La Habana* pretendió ofrecer, ante todo, una mirada amable a la ciudad:

[...] amable, porque está hecho con mucho amor por esta ciudad, y por la gente que vive en ella. Es una mirada franca, que no quiere quedarse en la superficie. Será una visión comprometida con una realidad compleja. Pero no será escatológica. Partimos del convencimiento de que tenemos mucha belleza alrededor, muchas cosas nobles de las que podemos y queremos hablar. Queremos contar las historias de gente sencilla, con sus virtudes y defectos, gente identificada con su ciudad (Nórido, 2007, s/p).

Así, la telenovela pretende mostrar el espectro de matices contradictorios de una ciudad viva que deviene –por la vía de sus diversos y numerosos personajes– en auténtica protagonista. En ella, el paisaje

urbano es representado, fundamentalmente, como el marco de la vida cotidiana: la calle, el centro cultural, la escuela, el centro de trabajo, el tránsito, el ajetreo de una ciudad que vive y que respira. La pluralidad de los ámbitos urbanos de los que se apropia la trama y la representatividad de éstos, muestran también una visión del paisaje como marco identitario para capitalinos y cubanos en general, que busca dar cuenta de la diversidad encarnada en sus propios personajes. Mercedes, la dirigente acomodada; Lucrecia, la obrera oriental emigrada; Edgardo, el esposo machista y dirigente corrupto; Facundo Martiatu, el folclórico defensor de la cultura popular; Rosa Maura, la cubana simple y llana; Samuel, el rockero; Lizardo, el deportista humilde; Muriel, la adolescente problemática y confundida; Freddy y Lino, la ambición y la marginalidad; una amplia gama de personajes que recrean, en correspondencia, una diversidad de espacios urbanos de anclaje, y de espacios vitales y sociales adecuadamente distinguidos y caracterizados en una escenografía verosímil, que también se distancia considerablemente de la utilización de recursos maniqueos.

La propia presentación de la telenovela se enfatiza en el reflejo actualizado y vigente de algunos geosímbolos habaneros indiscutibles, cuyas imágenes se entremezclan en un collage de matices culturales, identitarios e incluso políticos: la Giraldilla y los cañones del Morro –símbolos históricos de la ciudad colonial–, los restos de la Antigua muralla, símbolos de una ciudad que se expandió más allá de sus límites, el Capitolio Nacional y las construcciones típicas de la Centro Habana republicana, se yuxtaponen con otros símbolos de La Habana revolucionaria como el monumento a José Martí de la Tribuna Anti-imperialista. Los rostros de los diversos personajes, como transparencias superpuestas sobre los muros y edificios de una ciudad que amanece, y despierta, el ritmo acelerado de sucesión de las imágenes refuerzan esta visión de la metrópoli como organismo vivo, histórico y actual a un tiempo, desperezado, ágil y contradictorio.

Esta telenovela presenta la imagen de una ciudad plural y descentrada, no resumida ya al centro urbano, sino extendida hasta la periferia. De una parte, La Habana del centro aparece recurrentemente recreada, explotando sobre todo el personaje de Facundo Martiatu, figura pública y promotor cultural de esta zona tradicional de la ciudad, y de otros personajes menores que gravitan en torno suyo. Pero, por otro lado, la imagen de la ciudad periférica: “el reparto”, escenario donde transcurre la cotidianidad de personajes como Lucrecia y sus

hijos (Muriel, Lizardo) se sitúa como ese otro ámbito adyacente, cuyos orígenes no gozan de un estatuto cultural e histórico similar al de La Habana del centro, pero que se integra, no sin conflictos, a los límites ciudadanos. La ciudad no se constituye aquí a partir de metáforas espaciales –como en el caso del solar– sino a través de la gama variada de personajes que lo componen, y que remiten constantemente a sus espacios vitales cotidianos, cuya conjunción ofrece un cuadro de la ciudad como conjunto.

El abanico de temas sociales abordados en esta telenovela es bastante amplio: la corrupción, el machismo, el acoso sexual de un jefe a su subordinada, la violencia doméstica, el delito y la marginalidad son algunos de ellos. Llama la atención la tendencia a delimitar personajes-estereotipo que busca casi abiertamente representar o encarnar diferentes tipologías sociales, y cada uno de ellos personifica un estrato, un sector, un tipo ideal, o su opuesto: Yelenis, la estudiante modelo *versus* Muriel, la adolescente alocada; Mercedes, la profesional ilustrada *versus* Rosa Maura, la muchacha simple; Cosme, el hombre apasionado y consciente *versus* Edgardo, el indolente y apático; Lizardo, el muchacho humilde de grandes valores morales *versus* Lino, el delincuente. Esta búsqueda de la representatividad social, si bien supone una cierta rigidez en la trama, es la base principal de esta perspectiva realista en el abordaje de la realidad social urbana y nacional.

De este modo, *Oh, La Habana* construye una representación de la ciudad viva y diversa sobre la base de un mosaico heterogéneo de personajes en los que se pretende sintetizar la esencia de una ciudad humana, contradictoria y perfectible, en un intento de mostrar el mundo y la riqueza espiritual de la ciudad y sus habitantes, una Habana que se reconoce en sus propios contrastes, cuya decadencia se contrapone a la afirmación de algunos de los valores identitarios y nacionales más profundos y arraigados.

A MODO DE EPÍLOGO

En general, puede considerarse que si bien la representación ficcional de La Habana ha sido un recurso recurrente en la telenovela cubana, fundamentalmente a lo largo de la última década, este género ha ofrecido imágenes dispares de la ciudad. Un rasgo común en la construcción de estas representaciones ha sido la utilización de los paisajes y geosímbolos urbanos como recurso estético, de anclaje espacio-temporal

de sus tramas. La representación de la ciudad ha recurrido también a la recreación de los fuertes contenidos identitarios vinculados con algunos de los geosímbolos de la ciudad, privilegiando fundamentalmente aquellos asociados al Centro histórico y las zonas de mayor antigüedad y relación con la cultura popular y la historia nacional. En dos de las tres telenovelas analizadas el espacio urbano aparece sintetizado en el centro, como síntesis metonímica de la ciudad, constituyendo ésta la zona urbana de mayor visibilidad en la telenovela.

La intención de reflejar la diversidad social y los conflictos emergentes en la sociedad cubana y capitalina ha sido recurrente. Sin embargo, en este intento de reflejar los matices contradictorios de La Habana actual ha prevalecido una tendencia a la estereotipación y la normalización, en una visión predominantemente optimista y positiva de la ciudad, en contraste, por ejemplo, con otras representaciones, también mediáticas y ficcionales de La Habana, como las que ofrece el cine –cuyos principales exponentes recientes pueden ser filmes como *Suite Habana*, de Fernando Pérez, o *Habana Blues*, de Benito Zambrano–, en los que la imagen de la ciudad se muestra mucho más crítica, incisiva y contradictoria.

En este sentido, parece, una vez más, confirmarse la tesis de García Canclini, quien ha destacado las funciones reproductoras de los medios de comunicación, y especialmente de la televisión en la construcción y reproducción de representaciones hegemónicas y funcionales sobre la ciudad. La prensa, la radio y la televisión contribuyen –afirma García Canclini– “a reproducir, más que a cambiar el orden social. Sus discursos tienen una función de mímesis, de complicidad con las estructuras socioeconómicas y con los lugares comunes de la cultura política. [...] Las ciudades son imaginadas por los medios como lugares donde los cambios acaban siendo absorbidos por la normalidad” (1996: 20).

REFERENCIAS

- Alonso, M. (1999). *Enfoque teórico-metodológico para el estudio de la recepción de telenovelas*. Tesis de Doctorado, Universidad de La Habana.
- Altunaga, E. (1997). La telenovela, ¿show sentimental o discurso de la periferia? *Revista La Gaceta de Cuba*, marzo-abril de 1997, 14-16.
- Bianchi, C. (1998). Joaquín Cuartas: escribo para ese ciudadano de a pie. *Revista La Gaceta de Cuba*, marzo-abril de 1997, 20-22.

- Buonnano, M. (1999). *El drama televisivo. Identidad y contenidos sociales*. Barcelona, España: Gedisa.
- Casado, N. (1999). *Aproximación a la repercusión en el público de la telenovela cubana Si me pudieras querer*. Centro de Investigaciones Sociales del Instituto Cubano de Radio y Televisión (CIS-ICRT). La Habana, Cuba.
- Cué, M. (2009). *Los códigos predominantes en nuestras primeras telenovelas*. En Portal Cubarte. Recuperado de: http://www.cubarte.cult.cu/paginas/actualidad/columna.detalle.php?id=8327&id_columna=TV%20y%20CULTURA.
- Dorcé, A. (2005). *The Politics of Melodrama: The Historical Development of the Mexican Telenovela, and the Representation of Politics in the Telenovela Nada Personal, in the Context of Transition to Democracy in Mexico*. Tesis de doctorado en Filosofía, Londres: Goldsmiths College, Universidad de Londres.
- Escudero, L. (1997). Introducción, genealogía y perspectivas. En Escudero L., y Verón E., (Comps.). *Telenovela. Ficción popular y mutaciones culturales*, pp. 9- 13. Barcelona, España: Gedisa.
- Espina, M. (2005). Cambios estructurales desde los noventa y nuevos temas de estudio en la sociedad cubana. En J. Tulchin, L. Bobeá, Espina M., y Hernández R., (Coords.). *Cambios en la sociedad cubana desde los noventa*, pp. 109-136. Washington: Woodrow Wilson Center Report on the Americas.
- Foucault, M. (1984). De los espacios otros. *Architecture, mouvement, continuité*, 5, octubre de 1984. Versión digital.
- García, N. (1996). Ciudades y ciudadanos imaginados por los medios. *Revista Perfiles Latinoamericanos*, 9, 9-24.
- Giménez, G. (1996). Territorio y cultura. *Revista Estudios sobre las Culturas Contemporáneas*, II (004), 9-30.
- Giménez, G. y Héau, C. (2007). El desierto como territorio, paisaje y referente de identidad. *Revista Culturales*, III (5). Recuperado de: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/694/69430502.pdf>.
- González, M. (2009). Canon y telenovela. En *Vivo Revista Cubana de Radio y Televisión*. Recuperado de: <http://www.envivo.icrt.cu/dossier/89-ica-non-y-telenovela>.
- González, V. (2000). Medios de difusión y patrones culturales en Cuba. *Revista Temas*, (20-21), 56-65.

- Lara, M. (1998): *De la telenovela para afuera. Una aproximación al funcionamiento social del género en Cuba*. Tesis de Licenciatura en Comunicación Social, La Habana, Cuba: Universidad de La Habana.
- Lara, M. y Muñoz, S. (Coords.). (1992). *Televisión y Melodrama. Géneros y lecturas de la telenovela en Colombia*. Bogotá: Tercer Mundo Editores.
- Martín-Barbero, J. (1991). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, Cultura y Hegemonía*. Barcelona, España: Gustavo Gili.
- _____. (1996). De la ciudad mediática a la ciudad virtual. Cambios radicales en marcha. *Revista Telos*, (44). Versión digital.
- _____. (2002). *La globalización en clave cultural: una mirada latinoamericana*. Ponencia presentada en el Coloquio Internacional Globalismo y Pluralismo. Montreal, Canadá, 22-27 de abril de 2002.
- Martín-Barbero, J. y Muñoz, S. (Coords.). (1992). *Televisión y melodrama. Géneros y lecturas de la televisión en Colombia*. Bogotá: Tercer Mundo.
- Mazziotti, N. (1996). *La industria de la telenovela. La producción de ficción en América Latina*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Nórido, Y. (2007). ¡Oh!, La Habana: una mirada amable a la ciudad. *Periódico Trabajadores*, 16 de abril de 2007. Recuperado de: <http://edicionesanteriores.trabajadores.cu/2007/abril/16/cultura/yn-telenovela.htm>.
- Orozco, G. (1998). De las mediaciones a los medios. Contribuciones de la obra de Jesús Martín Barbero al estudio de los medios y sus procesos de recepción. En Laverde T. y Reguillo R., (Eds.). *Mapas nocturnos. Diálogos con la obra de Jesús Martín Barbero*, (pp. 91-101). Bogotá: Siglo del Hombre editores/Universidad Central.
- Ostrowetsky, S. (1996.). *Los centros urbanos*. Material digital. Colección de Estudios Culturales, Universidad de La Habana, Cuba: Recuperado de: <http://www.memoria.com.mx/109/109mem05.htm>.
- Palmeiro, L. (2001). *Para conocer al vecino. O las bondades de la telenovela*. Tesis de Maestría en Historia del Arte. Universidad de La Habana.
- Reguillo, R. (1994). La ciudad de los milagros: Movimientos sociales y políticas culturales. *Revista Diálogos de la Comunicación*, (38), 80- 94.
- _____. (1995). Pensar la ciudad desde la comunicación. En J. Galindo y C. Luna (Coords.). *Campo académico de la comunicación: hacia una reconstrucción reflexiva*, pp. 109- 132. Guadalajara: ITESO/ CONACULTA.
- _____. (1997). Ciudad y Comunicación. Densidades, ejes y niveles. *Revista Diálogos de la Comunicación*, (47).
- Rizo, M. (2005). La ciudad como objeto de estudio de la comunicología. Hipótesis, preguntas y rutas para la construcción de un estado

- del arte sobre la línea de investigación ciudad y comunicación. *Revista Andamios*, (2), 197-225.
- Rodríguez, T. (2009). Sobre el potencial teórico de las representaciones sociales en el campo de la comunicación. *Revista Comunicación y Sociedad, nueva época*, (11), 11-36. Recuperado de: http://publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/comsoc09_11/1.pdf
- Sánchez, R. (2000). *Sueños cotidianos. Telenovela y oralidad*. Montevideo, Uruguay: Santillana.
- Vassallo de Lopes, M. (2004). Narrativas televisivas y comunidades nacionales: el caso de la telenovela brasileña. *Revista Comunicación y Sociedad* (2), 71-97. ❁

Formas distintas de vivir la ciudad: la experiencia urbana en las prácticas de comunicación digital en Aguascalientes

DORISMILDA FLORES MÁRQUEZ¹

*Vivir la ciudad es, en el fondo y la superficie, querer definirla.
Mas, ¿quién puede, y va a hacerlo?, ¿cómo escribirla?*
Legión Aguascalientes

EL ESTUDIO DE LA RELACIÓN ENTRE INTERNET Y LA CIUDAD

Durante buena parte de la década de 2000, fue un lugar común en los estudios de Internet plantear que el espacio físico desaparecería para dar paso al espacio virtual o ciberespacio; diversos autores consideraban, incluso, que la mayoría de las actividades humanas –educativas, laborales, comerciales– se trasladarían a la red. El estudio de los usos de Internet dejó ver, entre otras cosas, que las lógicas de interacción y formación de redes en el ciberespacio no se limitan a la proximidad física, sino que se construyen sobre la base de las afinidades. Pero a la vez, hubo hallazgos que permitieron ver la emergencia de otros vínculos entre lo virtual y lo urbano. La popularización de las aplicaciones basadas en la geolocalización, como FourSquare, Google Latitude, Facebook Places,

¹ Maestra en Comunicación de la Ciencia y la Cultura por el ITESO. Estudiante del Doctorado en Estudios Científico-Sociales, en la línea de Comunicación, Cultura y Sociedad, ITESO. Profesora de asignatura del Departamento de Comunicación de la UAA. dorixfm@gmail.com.

entre otras, hizo evidente una práctica de puntear lugares en los mapas y agregar información sobre ellos.

Se registró así, hacia finales de la década de 2000 y principios de la de 2010, un creciente interés por analizar la espacialidad en las prácticas de los usuarios en Internet, desde distintas perspectivas, tanto aquellas cuyo énfasis está en la infraestructura, el acceso y los flujos, mediante el uso de macrodatos, como aquellas que buscan adentrarse en el conocimiento de los usos, prácticas y sentidos, mediante acercamientos etnográficos.

Es importante considerar también que no se trata de un desplazamiento aislado, sino que es posible vincularlo con el giro espacial en la investigación social que se identifica a partir del diálogo de distintas disciplinas sociales con la geografía humana y la geografía cultural. En los estudios de medios, este giro espacial puede visibilizarse en perspectivas como la de las geografías de la comunicación o geografías mediáticas. En los estudios de Internet, el abordaje de las geografías de la red es una perspectiva importante también.

Este artículo aborda la relación entre lo urbano y lo virtual, con base en el estudio de las prácticas de comunicación de Internet vinculadas con la ciudad, en tres grupos aguascalentenses: Tequila Valley, Movimiento Fotocaminante y Bicicálidos. El marco teórico tuvo como centro el concepto de territorios informacionales, de André Lemos, entendido en términos de cruce entre la movilidad virtual y física, orientada a la resignificación de la experiencia de los lugares, a partir de la incorporación de tecnologías móviles. Metodológicamente, se trabajó desde una perspectiva cualitativa, mediante etnografía multisituada, que combina la etnografía virtual con la presencial. Concretamente, se realizó observación en línea, observación presencial, así como entrevistas colectivas e individuales con integrantes de los grupos señalados.

Los resultados permiten ver formas diferenciadas de vivir la experiencia urbana en relación con las tecnologías de información y comunicación. Asimismo, se observa la emergencia de una cultura de la colaboración y una preocupación colectiva por la ciudad, desde diferentes perspectivas: Tequila Valley Aguascalientes busca la innovación y el desarrollo tecnológico, el Movimiento Fotocaminante busca la convivencia y la preservación de la memoria de la ciudad mediante una propuesta cultural independiente y Bicicálidos opta por la promoción de la movilidad y la defensa del medio ambiente. Aunque diferen-

tes, las tres preocupaciones, sus líneas de acción y la incorporación de la comunicación en Internet, pueden entenderse como una expresión local de preocupaciones globales.

EL ACERCAMIENTO AL VÍNCULO ENTRE EXPERIENCIA URBANA Y COMUNICACIÓN DIGITAL

La pregunta por la relación entre espacio urbano y comunicación digital no es algo nuevo. Desde hace algunos años, Borja y Castells (1998) habían abordado en su libro *Local y global. La gestión de las ciudades en la era de la información*, las transformaciones que la incorporación de redes digitales ha ido produciendo en las ciudades, desde la perspectiva de la sociología urbana.

En ese sentido, el propio Castells ha planteado una distinción entre el espacio de flujos y el espacio de los lugares. Los lugares se entienden en términos de localidad y contigüidad física, mientras que los flujos se entienden en tanto circulación, a través de distintas capas de soportes materiales: un circuito de impulsos electrónicos (red de flujos), nodos y ejes (conexión en lugares específicos con características sociales, culturales, físicas y funcionales), así como una organización espacial de las elites gestoras y dominantes (comunidades privilegiadas aisladas).

Tal espacio de flujos es característico de la era de la información, así como de los procesos de globalización de la economía y la comunicación y resulta posible por la infraestructura tecnológica; pero el hecho de que se registren cambios en las maneras de producir, transmitir y consumir información no implica que las TIC diluyan los centros urbanos, por el contrario, se genera una dinámica en la que lo local se erige como centro de gestión de lo global, en tres ámbitos: el económico, el sociocultural y el político (Borja y Castells, 1998).

En comunicación, se ha entendido a la ciudad como espacio localizado de relaciones sociales como “la trama de interacciones comunicativas” (Reguillo, 2000: 33), lo que implica una serie de articulaciones entre el espacio, la significación y la acción. Desde esta lógica, para el presente trabajo resultó útil la noción de experiencia urbana, para entender el espacio –y su relación con la tecnología– a partir de la experiencia de los sujetos.

La experiencia se construye mediante los sucesos vividos que se ponen en relación con percepciones y conocimientos previos, en un

contexto particular. La experiencia urbana se entiende en términos de formas de vivir la ciudad por parte de sus habitantes, lo cual tiene su centro en las prácticas concretas de los habitantes, en los lugares específicos en que viven, estudian, trabajan, se divierten, se desplazan y más. La incorporación de las tecnologías de información y comunicación en la experiencia urbana implican una alteración o enriquecimiento de la misma. Un ejemplo es el uso del iPod, que altera la experiencia de la ciudad, mediante la musicalización de los recorridos.

Para este acercamiento ha sido útil la propuesta teórica de Lemos (2008), cuyo concepto clave es el de territorios informacionales. En él se hace referencia a la relación entre comunicación y espacialización, a partir del uso de tecnologías móviles de comunicación e información en las prácticas cotidianas de los sujetos. Las tecnologías móviles se usan para localizar, mapear y acceder a servicios de información, arte o juegos. De acuerdo con este autor, si en algún momento se habló de “no lugares” o de “no sentido de los lugares”, lo que estos usos dejan ver es la emergencia de nuevas significaciones del espacio público urbano. De este modo, “las tecnologías móviles y las redes cambian nuestra experiencia cotidiana de los lugares” (Lemos, 2008: 9).

La lógica de los territorios informacionales se inserta en la cultura de la movilidad. Es importante destacar que aunque la movilidad es un concepto clave para comprender la cultura contemporánea, no es un proceso propio sólo de nuestra época, sino que ha caracterizado al mundo desde la sociedad industrial. La modernidad amplió las formas de movilidad, tanto física, con los transportes, como virtual, con los medios de comunicación de masas. Sobre todo, con la incorporación de las tecnologías digitales móviles se han ampliado las posibilidades de producir y compartir información en entornos virtuales, a partir de la movilidad física (Lemos, 2009).

La movilidad puede ser de tres tipos: física-espacial, virtual-informacional y cognitiva-imaginaria. Específicamente, las tecnologías móviles implican un cruce entre la movilidad virtual-informacional y la física-espacial. Mapear a través de aplicaciones basadas en geolocalización se configura como una nueva práctica de lugar. Mediante ella se producen capas de información que interconectan la información física y la electrónica (Lemos, 2008, 2010). Esto da pie a una resignificación de la experiencia de los lugares, puesto que la información que se tiene de ellos y las prácticas posibles se amplían y complejizan. No se trata, entonces, del desplazamiento del espacio físico por el

espacio virtual, sino de un entrelazamiento entre ambos que altera la experiencia cotidiana.

Si bien en esta propuesta teórica Lemos se centra en las prácticas realizadas mediante las tecnologías móviles, para esta investigación se tomó un rango más amplio, de modo que se consideraron también las prácticas en tecnologías no móviles, siempre y cuando hubiera en ellas un vínculo con la experiencia de la ciudad.

En términos metodológicos, se optó por realizar el estudio desde un enfoque cualitativo. Concretamente, se trabajó etnografía multi-situada, desde la propuesta de Hine (2009), que consiste en articular tanto los contextos de producción y uso de las tecnologías de información y comunicación, como los contextos *online* y *offline* de los sujetos y sus prácticas. El trabajo de campo se hizo, primeramente, mediante observación en línea en los espacios de los grupos de Internet durante el año 2011. Además, se realizaron varias entrevistas: tres colectivas –una con integrantes de cada grupo– y cinco más individuales. La mayoría de los entrevistados fueron hombres, principalmente jóvenes de 20 a 32 años, la mayor parte de ellos profesionistas y, en menor medida, estudiantes universitarios. Como complemento, se hizo también observación participante, en algunas actividades de Tequila Valley Aguascalientes y del Movimiento Fotocaminante, así como observación no participante, en el caso de Bicicálidos.

TRES CASOS DE ESTUDIO, TRES LÓGICAS DISTINTAS

Para este trabajo se optó por abordar a grupos locales, cuyo interés conectara lo urbano y lo tecnológico. Fueron seleccionados Tequila Valley Aguascalientes, el Movimiento Fotocaminante y Bicicálidos. Se trata de grupos con perfiles, intereses y prácticas distintas.

Tequila Valley es una comunidad nacional, que se define como punto de encuentro para diversos participantes de la *web* y las tecnologías de información y comunicación en México, como desarrolladores emprendedores, diseñadores y más. Entre sus objetivos principales, se encuentran fomentar la colaboración entre los entusiastas de las tecnologías y crear un acercamiento local para promover la participación y la cultura emprendedora. La comunidad no tiene reglas establecidas y tampoco tiene una estructura jerárquica, proclama lo horizontal y lo colaborativo (Tequila Valley, 2008). Ésta tiene presencia en Aguascalientes, Coahuila, Colima, el Distrito Federal, Durango, Estado de

México, Guanajuato, Jalisco, Nuevo León, Oaxaca, Puebla, Querétaro, Quintana Roo, Sonora, Tabasco, Tlaxcala, Veracruz y Yucatán (Hernández, 2011). En Aguascalientes, la comunidad se integraba en 2011 por seis miembros activos, aunque había otros participantes que se integraban ocasionalmente en actividades y tiempos concretos. Los integrantes de Tequila Valley Aguascalientes organizan diversas actividades durante el año:

- 1) Destilando *web*. Es la principal actividad, puesto que caracteriza a la comunidad Tequila Valley en el país. Se trata de una reunión cuyo propósito es compartir experiencias en torno a la tecnología.
- 2) Los BarCamps. En estas reuniones hay una pizarra en blanco, los participantes tienen la libertad de anotarse para presentar sus ponencias y compartir sus conocimientos sobre las TIC.
- 3) El Super Happy Dev House (SHDH). El propósito de estas reuniones es hablar sobre los proyectos que cada participante tiene, con énfasis en los problemas a los que se ha enfrentado en la planeación o el desarrollo para tratar de encontrar soluciones prácticas, por medio del trabajo colaborativo.
- 4) Los viernes de café.² Son reuniones semanales, parecidas al SHDH –es decir, se tiene como objetivo compartir proyectos y problemas, para encontrar soluciones a partir de la discusión–, pero con menor formalidad. Como su nombre lo indica, suelen realizarse en algún café.
- 5) El Festival Latinoamericano de Instalación de Software Libre (FLISOL). Esta actividad se realiza desde 2005 en distintas ciudades latinoamericanas de manera simultánea en una fecha acordada previamente; el propósito es difundir el uso del *software* libre e intercambiar experiencias.
- 6) Asistencia a otros eventos, como Aldea Digital y Campus Party. Se trata de reuniones anuales de entusiastas de la tecnología, organizadas por grandes corporativos como Telmex y Movistar. Los integrantes de Tequila Valley suelen organizarse para asistir y compartir gastos.

² Esta actividad se realizó durante varios meses durante el año 2011. No se tiene registro de que haya continuado.

Por su parte, el Movimiento Fotocaminante es una iniciativa ciudadana que vincula la apropiación del espacio urbano, la fotografía y la red a través de las fotocaminatas. Se trata de reuniones, principalmente de jóvenes, con interés en la fotografía, para recorrer una ruta determinada en la ciudad, convivir y tomar fotos. Aunque el foco de interés de estas reuniones está en lo presencial y en la creación, todo comienza y termina en la red: primero, el líder del movimiento planea la ruta y la pone a disposición de los otros fotocaminantes –como se hacen llamar–, por medio de Google Maps. Posteriormente, difunde la invitación en Facebook y, luego en Twitter y en los blogs. En la fecha acordada, los participantes se reúnen y realizan el recorrido, toman fotografías y, una vez terminado el recorrido, platican en algún café o bar. En las horas y días posteriores, quienes asistieron a la Fotocaminata, comparten sus fotos en los blogs del movimiento y en Facebook.

Entre los fotocaminantes hay tanto fotógrafos aficionados como profesionales, por lo mismo, algunos usan cámaras digitales simples y otros tienen equipos más sofisticados. Hay también quienes usan la cámara de su teléfono celular. A diferencia de Tequila Valley, el Movimiento Fotocaminante tiene un líder –Tiburón Martillo–, que es quien convoca y mantiene cierto control.

La primera Fotocaminata se realizó en marzo de 2010. Desde entonces se han realizado recorridos mensuales. La mayoría de ellos han sido en zonas tradicionales de la ciudad, como el barrio de la Estación, el Centro, la Alameda y la zona de la Feria Nacional de San Marcos, aunque en algunas ocasiones han salido a otros municipios (Movimiento Fotocaminante, 2011).

Por otro lado, los Bicicálidos constituyen una iniciativa ciudadana, que propone el uso de la bicicleta como transporte sustentable. Ellos están constituidos como asociación civil y tienen un comité directivo, integrado por un presidente y su equipo de colaboradores que se encargan de la difusión, finanzas, asuntos legales, proyectos especiales y comunicación (Bicicálidos, A.C. 2010). Su nombre combina bici, por la bicicleta, con cálidos, en referencia a los hidrocálidos, el gentilicio con que se conoce a los habitantes de Aguascalientes. Su actividad principal son las rodadas los martes en la noche, para los jóvenes; y los domingos por la mañana, para las familias. Los participantes se encuentran en un lugar público –el Jardín de San Marcos– para rodar en una ruta previamente establecida por ellos mismos.

Además del interés por el medio ambiente y la salud, los Bicicálidos han incorporado otros asuntos, como la defensa de los derechos humanos –mediante rodadas especiales, como la que se realizó en 2011 por los derechos de los niños, “El derecho a un mejor planeta”– y la gestión cultural –varias de las rodadas terminan en exhibiciones de cine al aire libre, obras de teatro, conciertos–. Al igual que el Movimiento Fotocaminante, el centro de actividades de los Bicicálidos está en las calles; sin embargo, por medio de Internet convocan a los participantes tanto a las rodadas como a otras actividades organizadas por ellos y difunden la ruta que será seguida en la rodada, mediante Facebook, Twitter y un blog; finalmente, presentan una memoria gráfica de lo acontecido.

LOS USOS DE LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN POR PARTE DE LOS GRUPOS

Uno de los intereses de esta investigación fue observar qué recursos de comunicación digital habían incorporado los grupos y para qué propósitos. En el caso de Tequila Valley Aguascalientes, se hace uso del blog oficial de la comunidad nacional –<http://www.tequilavalley.com>–, en el cual las publicaciones de los grupos de diversas ciudades se distinguen con una etiqueta. El grupo local tiene, además, una cuenta en Twitter –<https://twitter.com/TQVAg>–. En 2011 hacían uso también de Google Docs –ahora Google Drive– y de Google Groups. La mayor parte del uso de estas herramientas ha sido para propósitos de difusión.

El Movimiento Fotocaminante emplea, como ha sido señalado anteriormente, Google Maps, Facebook, Twitter y blogs. Concretamente, usan Google Maps para definir las rutas que recorrerán, la cuenta en Twitter para la difusión de las actividades y producciones del grupo y los blogs como repositorio de fotografías de las fotocaminatas. En Facebook tienen perfil, página y grupo y hay diferencias en estos espacios: el perfil y la página les sirven para la difusión, pero el grupo en Facebook está dedicado a la interacción y la comunicación entre sujetos que han participado por lo menos una vez en las fotocaminatas, es decir, mientras que los primeros son públicos, este último es de acceso restringido. Esto permite observar un uso diferenciado de las herramientas, a partir de propósitos específicos de comunicación.

Finalmente, el colectivo Bicicálidos emplea Google Earth para planificar las rutas y calcular las distancias. Tiene también un blog para convocar a las rodadas y para difundir información sobre las actividades del grupo y sobre el ciclismo y la movilidad. Se cuenta, además, con un perfil y una página en Facebook, así como con una cuenta en Twitter. De igual manera, se emplean YouTube y Skype. Casi todas estas herramientas son empleadas para propósitos de difusión de información, salvo por el caso de Skype, que usan para comunicarse tanto al interior del grupo como con grupos de otras ciudades.

En suma, los tres grupos analizados emplean varias herramientas digitales. Algunas de ellas están claramente vinculadas con la idea de la ciudad como espacio físico, como las herramientas de mapas de Google Maps y Google Earth, mientras que otras se relacionan con la ciudad en tanto espacio social o espacio de relaciones entre sujetos, como los blogs y las cuentas en Facebook, Twitter, YouTube y más, ya que, aunque estas plataformas permiten una comunicación inmediata, independientemente de las distancias, el interés y el uso más intensivo se concentran entre los usuarios que habitan la misma ciudad y que participan en las actividades de los grupos.

Sin embargo, más allá de la categoría de los usos, para el presente estudio resulta importante analizar las relaciones entre la experiencia urbana y las tecnologías de información y comunicación, en términos de sentidos. Se observa que la experiencia está mediada por los intereses y las actividades de los grupos, como puede apreciarse en el apartado siguiente.

TRABAJAR / RECORRER / RECORDAR / APROPIAR LA CIUDAD: SENTIDOS MÚLTIPLES DE LA EXPERIENCIA URBANA Y LAS TIC

En el caso de Tequila Valley Aguascalientes, la idea que da sentido al vínculo entre experiencia urbana y tecnologías de información y comunicación es que la ciudad y el país pueden transformarse mediante la innovación y el desarrollo tecnológico, desde una cultura colaborativa. Para ello, la red es una excelente herramienta de difusión.

Lo que busca Tequila Valley, que es algo que se me ha quedado muy grabado en mis ideales es eso, o sea, buscar el desarrollo más que nada de uno, como persona, para empezar, en el uso de la tecnología; y ya después empezar con un grupo de personas y una comunidad y así hasta llegar a hacer algo por un país entero, por qué no decirlo,

aunque se oiga muy campaña de Miss Universo (Entrevista a integrante de Tequila Valley Aguascalientes, hombre, 26 años).

Se observa, en esta comunidad, la emergencia de una cultura colaborativa. Los participantes no asumen jerarquías específicas de manera nominal, aunque es evidente la presencia de un líder que suele motivar a los demás a organizar actividades o participar en ellas. Entre ellos, suelen trabajar conjuntamente para encontrar sedes para sus eventos y obtener recursos para realizarlos. El reparto de tareas, la promoción y la atención a los posibles interesados se hace a través de Internet, principalmente en Twitter, Facebook, blogs y Google Docs.

Las reuniones siempre se realizan en lugares donde haya conexión inalámbrica a Internet y contactos a la corriente eléctrica, puesto que los sujetos suelen llevar sus computadoras portátiles y otros dispositivos, que pueden requerir electricidad. Los participantes no obtienen beneficios económicos ni reconocimientos académicos comprobables por su trabajo en la comunidad. Sin embargo, ésta les permite vincularse con otros que tienen las mismas inquietudes, formar equipos de trabajo, construir cierto prestigio personal y comunitario a partir de las áreas de *expertise* y, en algunos casos, acceder a ofertas de empleo.

Como estudiante hay ventajas que me ofrece Tequila Valley, con esto de que ofrecen eventos, por ejemplo, el Super Happy Dev House, pues asistí a uno [...] yo traía un proyecto para graduarme de la preparatoria, ahí fui a buscar ayuda y *requetebien* encontré muchas personas que me apoyaron, y ahorita es una ventaja, porque como soy de las más pequeñas que están dentro de comunidades de desarrollo científico e innovación tecnológica, pues voy aprendiendo bastantes cosas. Yo no sabía qué era *overclocking*, ni *moding*, ni nada, y pues con comunidades es donde voy aprendiendo todo eso y aparte tengo quién me apoye y, de cierta manera, quién me enseñe (Entrevista a integrante de Tequila Valley Aguascalientes, mujer, 20 años).

Esta iniciativa se vincula con la ciudad, mediante el trabajo colaborativo. En esta relación, las tecnologías de información y comunicación son, a la vez, herramientas de difusión y protagonistas del trabajo, en la búsqueda por impulsar el desarrollo del lugar que habitan, a través de la innovación tecnológica.

En segundo lugar, en el Movimiento Fotocaminante, el vínculo entre la experiencia urbana y las tecnologías de información y comunicación se da en la práctica misma. La idea de las fotocaminatas es caminar

por la ciudad, apropiarse de ella y documentar fotográficamente el recorrido, en varios sentidos: se lleva un registro de lo que visitaron, se hace visible el sello personal de cada uno en la creación fotográfica, se construye una galería colaborativa en línea, además de que en el futuro estas fotografías podrán ser eventualmente un documento histórico sobre la ciudad.

Que lo que hay ahorita, lo aprovechen, lo conozcan, tomen sus fotos como parte documental, fotografía documental y se diviertan haciéndolo. Después yo estoy seguro que muchas cosas ya no van a estar, como ya ha ido cambiando mucho; han ido tumbando casas, las tumban, hacen una cosa nueva, un estacionamiento y se pierde; yo tengo, por ejemplo, registro de las zonas donde están los puentes ahorita, cómo eran cuando no estaba el puente. Yo lo quiero compartir, mucha gente tiene fotos de la ciudad, pero no las comparte; yo sí, a mí me gusta compartirlo y más con los que no son de aquí, invitarlos a Aguascalientes: 'miren, conozcan dónde vivimos' (Entrevista a integrante del Fotocaminante, hombre, 26 años).

El propósito de registrar para recordar la ciudad cobra otro sentido con la incorporación de lo colectivo, que permite generar sentidos de pertenencia, tanto con la ciudad como con el grupo.

Participo en ellas [en las fotocaminatas] por un motivo de identidad, llegué a Aguascalientes en el año 1994, procedente de Guanajuato; sin embargo, sí, a los pocos años de llegar a Aguascalientes, ya me sentía de aquí, sentía sin embargo también una terrible nostalgia por Guanajuato; pero, en fin, a través de las fotocaminatas reforcé mi sentido de pertenencia a esta ciudad" (Entrevista a integrante del fotocaminante, hombre, 28 años).

Al final de cuentas, la fotografía sí es un proceso medio solitario. Cuando estás tomando fotos, al final de cuentas, eres tú y estás tomando la imagen y ya [...] y pasa todo. Cuando vacías a la computadora y cuando estás editando, eres tú; pero de repente, más bien es una experiencia colectiva. A pesar de ser individual la actividad de fotografía, hacerlo colectivamente se disfruta mucho. Y además, todas las relaciones que se establecen alrededor de la fotografía. Yo pienso que la fotografía en el Movimiento Fotocaminante es el pretexto para todo lo que pasa alrededor (Entrevista a integrante del Movimiento Fotocaminante, hombre, 32 años).

En suma, la idea de fondo es que la ciudad se transforma y las tecnologías de información y comunicación ofrecen la posibilidad de registrar estos cambios mediante la fotografía y compartirlos en la red.

La Internet se vuelve una galería colaborativa, con posibilidades de trascender por generaciones, a la vez que una herramienta de difusión y de comunicación entre amigos.

Finalmente, en el caso de Biccálidos, la idea de base para entender el vínculo entre la experiencia urbana y las tecnologías de información y comunicación es que la ciudad requiere mejores estrategias de movilidad y transporte sustentable. En esa lógica, la red ha resultado de gran utilidad como herramienta de difusión y comunicación entre ciudadanos.

El caso de Biccálidos, aunque con propósitos distintos, resulta un tanto similar al del Movimiento Fotocaminante, respecto a la búsqueda de apropiar la ciudad mediante el recorrido por sus calles. En el caso del Movimiento Fotocaminante hay un regreso a recorrer la ciudad a pie, mientras que en el caso de Biccálidos el regreso es a recorrer la ciudad en bicicleta, como antaño.

Aguascalientes siempre fue un pueblo bicicletero [...] en nuestros genes como ciudad tenemos esa información de ser un pueblo bicicletero, el contexto que yo veo en ese tiempo (surgimiento de Biccálidos), has de recordar, hace cuatro años la situación de violencia era muy difícil y había medios tendenciosos que le decían a la gente no salgas, quédate en tu casa, ten miedo, vive con miedo, entonces Biccálidos les ofreció el nicho a la gente, de que pudiera retomar su ciudad. La gente tenía la necesidad de salir y en Biccálidos encontró la oportunidad de salir y retomar sus calles (Entrevista a integrante de Biccálidos, hombre, más de 40 años).

En ambos casos se trata de un regreso a prácticas comunes en la ciudad en los años previos a la industrialización, pero este regreso se produce en condiciones contemporáneas que implican la incorporación de la tecnología en estas experiencias urbanas, de distintas maneras.

(Antes) pasábamos desapercibidos ante medios, sociedad, ante todo, era como algo muy esporádico ver un grupo de ciclistas... el hecho de hacer las rodadas siempre fue para invitar a más personas, las cuales se fueron incorporando gracias a las redes sociales, gracias a eso se fue incorporando bastante más gente, con un fin muy interesante, hasta llegar a ser un evento de bastantes personas, más de 500, hasta 1000 o 2000 personas, ha sido muy visto en la ciudad, ya no somos un puntito, somos un puntote (Entrevista a integrante de Biccálidos, hombre, 25 años).

Se aprecia en ambos movimientos una búsqueda de apropiación del espacio urbano, por medio del arte y el deporte. Para ellos, las tec-

nologías de información y comunicación son una herramienta tanto para organizarse y estar en contacto, como para compartir sus fotografías –sus creaciones, en el caso de los Fotocaminantes; el registro de su actividad, en el caso de los Bicicálidos– entre ellos y con el mundo.

(IN)CONCLUSIONES

Si bien los modos de vivir la ciudad de los usuarios integrados en las comunidades y redes antes mencionadas son distintas, los resultados permiten establecer líneas de convergencia entre ellos, en términos de una resignificación de lo local en la era de las comunicaciones globales.

De entrada, se aprecian usos diferenciados de las tecnologías de información y comunicación. El colectivo Tequila Valley Aguascalientes cuenta con sujetos más *tecnologizados*, a partir de su formación y de sus intereses. Sin embargo, es en el Movimiento Fotocaminante en el que puede apreciarse de manera más evidente el uso diferenciado de las herramientas digitales, por la separación que hacen entre el contenido público para propósitos de difusión y las interacciones más privadas o restringidas, en las cuales el objetivo es la comunicación misma.

Se observa también la búsqueda de vínculo con los otros, tanto a partir de las afinidades, como en la proximidad geográfica, puesto que los usuarios se van integrando con otros que viven en su misma ciudad, pero de modo que las tecnologías de información y comunicación tienen un peso importante en la construcción de estas redes.

Se aprecia, en los casos abordados, la emergencia de una cultura de la colaboración, aunque los intereses y las vías de acción sean diferentes. Si bien en todos los grupos hay líderes –incluso cuando la lógica de Tequila Valley no reconoce la figura del líder como tal–, se privilegian las relaciones horizontales, la integración y la participación en las actividades de los grupos. Sin embargo, hay maneras distintas de traducir esto a las prácticas de comunicación digital: mientras en Fotocaminantes todos pueden publicar sus fotografías directamente en el blog y la figura del administrador no ejerce un control muy estricto sobre la producción y publicación, en Tequila Valley Aguascalientes y en Bicicálidos la responsabilidad de producir y publicar recae sobre sujetos específicos.

Hay también una preocupación colectiva por la ciudad, desde diferentes perspectivas: Tequila Valley Aguascalientes observa un potencial para trabajar por la ciudad mediante la innovación científica y tecnológica; el Movimiento Fotocaminante plantea una necesidad de

convivir, recorrer y conservar la memoria visual de la ciudad, mediante la fotografía; y Bicicálidos promueve una forma de recorrer y reapropiar la ciudad, en la búsqueda de una movilidad sustentable. Se trata así de perspectivas que ponen en juego el desarrollo tecnológico, la gestión cultural independiente, las alternativas para el desarrollo urbano y la protección del medio ambiente.

Finalmente, es posible observar en estos casos la tensión entre lo local y lo global, en las expresiones locales de problemáticas y preocupaciones globales. Las caminatas fotográficas y la promoción del uso de la bicicleta son prácticas que se realizan también en otras ciudades y países, sin embargo, su anclaje es local, en la búsqueda de la reappropriación creativa del espacio urbano. La incorporación de las prácticas de comunicación digital interactiva en estas iniciativas les permite compartir con el mundo las acciones que realizan, sus ideales y metas. El caso de Tequila Valley es particularmente ilustrativo: se trata de un movimiento nacional, inspirado en la visibilidad de Silicon Valley, en Estados Unidos y de agrupaciones que han surgido en otros países, como Palermo Valley, en Argentina; sin embargo, su foco de interés se concentra en lo local. De este modo, se aprecia lo local como centro de gestión de lo global (Borja y Castells, 1998).

Como anticipaban Borja y Castells (1998), la incorporación de las tecnologías de información y comunicación no diluye los centros urbanos, sino que “cambian nuestra experiencia cotidiana de los lugares” (Lemos, 2008: 9). De esta manera, la experiencia urbana de los sujetos es enriquecida con el uso de herramientas digitales, que permiten agregar capas de información virtual sobre espacios físicos específicos. Lo anterior deriva en una mayor disponibilidad de datos prácticos, lúdicos, creativos, sobre los lugares. Pero este conjunto de datos no se entiende como algo dado, sino como una serie de elementos en construcción permanente y colectiva, entre los usuarios. Se configuran así formas de vivir la ciudad, de gran complejidad, puesto que no se trata solamente de la suma de espacio físico y espacio virtual, sino de un entrecruce entre ambos, que es producto y a la vez detonador de prácticas concretas. Todo esto implica un desafío al conocimiento producido sobre el espacio urbano y el espacio virtual, así como a las relaciones entre ambos.

Es importante señalar que un estudio como éste tiene sus limitaciones. De entrada, lo que estos grupos experimentan no es generalizable al resto de la población, precisamente porque, como fue señalado, Te-

quila Valley, el Movimiento Fotocaminante y Bicicálidos, tienen perfiles, intereses y prácticas muy específicas. Esto deriva en sentidos muy claros sobre la relación entre la experiencia urbana y las herramientas digitales. Sin embargo, estos hallazgos sí pueden conectarse con la tendencia cada vez mayor a usar las tecnologías web y las aplicaciones móviles basadas en la geolocalización, para relacionarse con la ciudad en tanto espacio físico, pero también con los otros sujetos que habitan la ciudad. Esta tendencia puede acelerarse enormemente a partir del incremento en el uso de celulares inteligentes y otros dispositivos móviles.

Por otro lado, las diferencias en los intereses y actividades de los grupos permiten concluir este acercamiento más como un ejercicio de mapeo de las experiencias, que como un análisis con resultados comparables en sentido estricto. Sin embargo, este abordaje exploratorio abre la puerta para otras indagaciones que permitan profundizar tanto en las prácticas específicas de los ciudadanos en el vínculo entre espacio urbano y espacio virtual, como en los sentidos que estas prácticas cobran en diferentes esferas de la acción social, en la tensión entre lo local y lo global.

Incluso con estas limitaciones, el estudio de estos tres grupos ha permitido aportar elementos para el análisis de las prácticas en Internet desde la reflexión sobre la espacialidad. Esto resulta pertinente en el análisis social, porque restituye una parte de la complejidad en las prácticas sociales. Como fue señalado, durante algún tiempo los estudios de Internet se concentraron en el ciberespacio y anticiparon tendencias de un desplazamiento del espacio urbano por el virtual. La gran lección fue que ese espacio urbano que parecía desfallecer terminó por cobrar otros sentidos al cruzarse con el espacio virtual. Lo anterior no se limita a una suma de factores, sino que involucra problemáticas para conceptualizar la espacialidad, en diversos sentidos, pero también en la superposición de los mismos. Como señala Lemos, se produce una integración de distintas capas de información sobre la ciudad en varios niveles. Además, esta superposición no significa que se agregan capas fijas, sino que esto se produce de un modo dinámico. De ahí que resulte tan importante el concepto de experiencia urbana, que permite incorporar la perspectiva de los sujetos y, a la vez, capturar –al menos parcialmente– la complejidad de lo móvil, en la articulación entre sujetos, prácticas, percepciones, relaciones y más.

Queda el desafío de incorporar de una manera más fina la reflexión sobre la temporalidad, entre otras cosas, porque este carácter fluido

de nuestros tiempos hace que las experiencias vayan transformando sus sentidos a través de periodos cada vez más cortos de tiempo. Como apunta el epígrafe de Legión Aguascalientes: “vivir la ciudad es, en el fondo y la superficie, querer definirla”. Estas definiciones no fijan resultan desafiantes, porque la vivencia de la ciudad no es una sola, ni es igual para todos, ni es igual siempre.

REFERENCIAS

- Bicicálidos, A.C. (2010). *Acerca de nosotros*. Recuperado el 6 de abril de 2011, de Bicicálidos: <http://aguasconlabici.wordpress.com/about/>.
- Borja, J., y Castells, M. (1998). *Local y global. La gestión de las ciudades en la era de la información*. Madrid, España: Taurus.
- Castells, M. (2002). *La era de la información. La sociedad red. Vol. 1*. México: Siglo XXI Editores.
- Hernández, J.L. (2011). *Tequila Valley*. Recuperado el 24 de abril de 2011 de http://prezi.com/07gox_atsilk/tequilavalley/.
- Hine, C. (2009). Question one. How can qualitative Internet researchers define the boundaries of their projects? En Markham A.N., y Baym N.K., *Internet inquiry*, California (pp. 1-19). Thousand Oaks: Sage.
- Lemos, A. (2008). Mobile communication and new sense of places: a critique of specialization in cyberculture. *Galaxia*, 16, 91-109.
- _____. (2009). Cultura da mobilidade. *Revista FAMECOS*, 40, 28-35.
- _____. (2010). Você está aqui! Mídia locativa e teorias @materialidades de la comicação e ator/rede. *Comunicação & Sociedade*, 54, 5-29.
- Movimiento Fotocaminante. (2011). Recuperado el 6 de abril de 2011 de Movimiento Fotocaminante: <http://fotocamino.posterous.com>.
- Orgad, S. (2009). Question two. How can researchers make sense of the issues involved in collecting and interpreting online and offline data. En Markham A.N., y Baym N.K., *Internet inquiry*, (pp. 33-53). Thousand Oaks: Sage.
- Reguillo, R. (2000). Ciudad y comunicación. La investigación posible. En Orozco G., *Lo viejo y lo nuevo. Investigar la comunicación en el siglo XXI* (pp. 33-49). Madrid, España: Ediciones de la Torre.
- Tequila Valley. (2008). *¿Qué es Tequila Valley?* Recuperado el 6 de abril de 2011, de Tequila Valley: <http://www.tequilavalley.com/que-es-tqv/>.



El Movimiento de la Cultura Libre: un entramado de redes en pos de otros modos de circular la producción cultural-artística

BIANCA RACIOPPE¹

UNA PRIMERA APROXIMACIÓN AL PROBLEMA DE ESTUDIO

Inquietudes movilizadoras

Mi investigación partió de una serie de preguntas motivadas por la trasposición de las ideas del *software* libre al campo de lo artístico. En un contexto atravesado por Internet y tecnologías digitales han surgido modos emergentes, pero también residuales (en términos de Williams, 2000) de producción y distribución de lo cultural-artístico. Modos que discuten con las formas establecidas y que se basan en la solidaridad de compartir, en lugar de proteger y restringir sus producciones. Estos grupos de artistas y productores integran lo que en mi investigación defino como el Movimiento de la Cultura Libre y que tiene sus orígenes en el *software* libre; aunque también, en ideas que se podrían conceptualizar como premodernas en las que las obras y las producciones circulaban sin autores y sin cánones.

¹ Magíster en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales por la Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Docente de la cátedra 2 de Comunicación y Medios de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social. Becaria de la UNLP. Miembro del Instituto de Investigaciones en Comunicación (IICOM). bianca_racioppe@yahoo.com.ar.

El Movimiento del Software Libre, surgido en la década de 1980, propone cuatro libertades para la producción de *software*: de uso, de modificación, de copia y distribución, y de derivación. Además, para que ese *software* que fue creado en libertad no sea restringido y protegido por el *copyright*, desde el movimiento del *software* libre se creó la licencia General Public License, (GPL), la primera licencia de lo que se denominó *copyleft*, que aseguraba que esas libertades iban a ser mantenidas, ya que cualquier *software* derivado o copiado de uno libre debía a su vez permitir estas cuatro libertades.

Así, el *copyleft* surgió como un *hack* al *copyright*; pero eso que se piensa, en principio, para el campo de la informática se extiende luego para abarcar todas las producciones culturales. ¿Cómo esta idea es retomada por el arte?, ¿qué otros sentidos toma?, ¿cuál es la lucha que se da desde el campo artístico? Éstas son preguntas que atravesaron la investigación. Es en ese punto en el que, como comunicadora, empiezo a preguntarme por las disputas de sentidos, las luchas de poder y los nuevos modos de organización que surgen a partir de pensar la producción cultural-artística desde un lugar diferente al de la Industria Cultural, la Institución arte o las gestoras colectivas de derechos de autor.

Es en el cruce entre los modos de organización y las concepciones de arte y cultura que sustentan (a) estos grupos² en los que la mirada comunicacional se vuelve central para analizar el proceso. Y es en este punto en el que se encuentra la pertinencia para abordar este problema desde la mirada de la maestría PLANGESCO (Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales)³ que piensa la comunicación “como un acto social fundamental, fruto de la experiencia compartida, del diálogo y del intercambio entre las personas” y cuya propuesta pedagógica plantea la elaboración de la tesis como “el trabajo a partir de proyectos de investigación/producción que se centren en problemas-objeto específicos, cuya definición surja de los distintos instru-

² Utilizo esta (a) para resaltar que la idea de que la cultura se defiende compartiéndola es lo que los lleva a nuclearse (lo que los sustenta como movimiento) y, a su vez, son estas concepciones de lo que el arte y la cultura deberían ser, las que defienden y a partir de las que trabajan (o sea las ideas que el movimiento impulsa).

³ PLANGESCO tiene como finalidad sistematizar los conocimientos en materia de planificación y gestión de la comunicación a través de la investigación operativa. Pone en diálogo esta disciplina con otros campos del saber y de esta manera propone respuestas adecuadas para la planificación y la gestión de prácticas, proyectos y procesos de comunicación en el marco de la realidad sociocultural latinoamericana (Raccioppe, 2012).

mentos y enfoques que los diferentes cursos, seminarios y talleres van abordando a lo largo del desarrollo de la maestría” (Uranga, 2001: 22).

Desde esta postura, en mi tesis de maestría me propuse analizar los modos de organización y gestión de las prácticas culturales-artísticas a partir del surgimiento de modos de asociatividad y concepciones sobre lo artístico/comunicacional que se encuentran atravesadas por la dimensión tecnológica. Para esto retomé experiencias que se inscriben en lo que a lo largo de la investigación definí como el Movimiento de la Cultura Libre y el *copyleft*.

La elección de trabajar lo cultural-artístico desde la mirada de grupos y colectivos que se enmarcan en este movimiento respondió a una inquietud por pensar por fuera de las prácticas legitimadas de lo que se ha establecido como hegemónico. Implicó la necesidad de preguntarse por otros usos, otras apropiaciones de Internet, no desde la lógica del mercado, sino desde otras lógicas que discuten y disputan con esos sentidos. Así, otras de las preguntas que guiaron la investigación fueron cuánto ha facilitado la Internet la formación de organizaciones que nuclean a estos artistas y cuánto ha favorecido la puesta en marcha de políticas autogestionadas.

La investigación buscó comprender qué caracteriza, qué une a estos artistas que se inscriben en el Movimiento de la Cultura Libre, qué es lo que tienen en común que los lleva a asociarse, a nuclearse. Para eso necesité comprender a qué se oponen, desde qué lugar definen su pertenencia. En este punto aparece centralmente la posición frente a lo que el arte y la producción artística deberían ser.

Partí de pensar que estas experiencias proponen otros modos de producir, circular y gestionar lo cultural-artístico y que estos posicionamientos se ven potenciados por el desarrollo actual de las tecnologías y, principalmente, de la Internet. Considero que en este contexto se está dando una revisión del estatuto del arte y de la producción artística y que los colectivos y organizaciones que trabajan bajo la concepción *copyleft* están contribuyendo a esa revisión. Por esta razón, consideré importante que, desde el campo de la planificación comunicacional, se reflexionara en torno a ella, ya que lo que está en disputa son los sentidos, las significaciones, pero también los modos de producción, organización y gestión.

Cuando les consultaba a los artistas y referentes de lo que he identificado como el Movimiento de la Cultura Libre acerca del sentido del término cultura libre la definían como aquellas producciones, obras que circulan sin las restricciones del “todos los derechos reservados”. La cultura libre es para ellos la expresión de cómo debería ser la circulación cultural –y dentro de lo cultural, también lo artístico–, libre de monopolios, regalías, cánones. Cultura libre expresa la idea que nuclea al movimiento: que la cultura se defiende compartiéndola y no restringiéndola. Para poder *crear* cultura libre utilizan una serie de licencias que les permiten asegurar que sus producciones no serán puestas bajo las cláusulas del *copyright*. En el campo del arte se utilizan licencias de tipo *copyleft* o las *creative commons*.

El *copyleft* surge como una especie de truco legal (un *hack*) para evitar que se restrinjan con *copyright* las producciones que fueron creadas en el marco de las cuatro libertades. De este modo, cualquier producción artística licenciada con *copyleft* podrá ser copiada, distribuida y derivada, incluso con fines de lucro; pero con la condición de que las obras resultantes también lleven una licencia *copyleft*. Esto es lo que se conoce como el efecto *vírico*, ya que si se hace una derivación de una obra licenciada con *copyleft*, la nueva obra deberá permitir también la copia, distribución y derivación.

Las *creative commons*, por su parte, son una serie de licencias que permiten a los autores decidir qué usos quieren que terceros hagan de sus obras, pero no todas las *creative commons* son licencias libres como las *copyleft*.⁴

Existen seis grandes tipos de licencias *creative commons*:

- Atribución (*attribution*) CC BY: Se permite la copia, distribución y presentación pública de la obra y trabajos derivados de la misma siempre que se reconozca y cite adecuadamente al autor original.
- Atribución-no comercial (*attribution-non commercial*) CC BY-NC: Se permite la copia, distribución y presentación de la obra y tra-

⁴ Se consideran licencias libres aquellas que permiten las cuatro libertades (uso, copia, distribución y derivación); a las licencias que permiten algunas de éstas, pero no todas, se les conoce como abiertas.

bajos derivados de la misma siempre que se realice con fines no comerciales y se cite adecuadamente al autor original. No es necesario licenciar las obras derivadas bajo la misma licencia.

- Atribución-sin derivados (*attribution-no derivs*) CC BY-ND: Se permite la copia, distribución y presentación de la obra en su versión original, incluso con fines comerciales; pero se prohíbe la realización de trabajos derivados de la misma.
- Atribución-compartir igual (*attribution-share alike*) CC BY-SA: Se permite la distribución de trabajos derivados de la obra, incluso con fines comerciales, siempre que se realice bajo una licencia idéntica a la que ampara a la obra original.
- Atribución-no comercial-compartir igual (*attribution-non commercial-share alike*) CC BY-NC-SA: Se permite la distribución de trabajos derivados de la obra sin fines comerciales, siempre que se realice bajo una licencia idéntica a la que ampara a la obra original.
- Atribución-no comercial-sin derivados (*attribution-non comercial-no derivs*) CC BY-NC-ND: Es la licencia más restrictiva. Se permite sólo la descarga de los trabajos para compartirlos con otros sin fines comerciales y sin posibilidad de hacer obras derivadas.⁵

El tipo de licencia *creative commons* más cercano a las cuatro libertades permitidas por el *copyleft* sería la de atribución-compartir igual o *attribution-share alike*. De esto se desprende que, si bien las licencias *creative commons* van más allá del *copyright*, que es claramente restrictivo en cuanto a copia, distribución o uso, no en todos los casos aceptan que la obra sea derivada o permiten usos comerciales. Esta decisión queda a criterio de cada autor, que es quien selecciona el tipo de licencia bajo el que inscribirá su obra. Por lo tanto, el *copyleft* es más amplio en sus implicaciones ya que las obras que se produzcan bajo esta licencia podrán ser no sólo distribuidas y copiadas, sino derivadas. Además, el *copyleft* no pone restricción de uso comercial (Stallman, 2002: 43), como sí puede hacerse con las licencias *creative commons*, y establece que las obras derivadas o las copias deben distribuirse siempre bajo la misma licencia, algo que en las de *creative commons* sólo se explicita en las de tipo *share alike* (compartir igual). El hecho de exigir que las copias y las obras derivadas se mantengan bajo la misma licencia es de gran importancia para esparcir una manera de producir conocimiento, además de ser fun-

⁵ Recuperado de <http://creativecommons.org/licenses/>.

damental para convertirse en un verdadero *hack*, como define Stallman (2002) a las licencias de tipo *copyleft*, a todos los derechos reservados.

Más allá de estas diferencias, tanto las licencias *copyleft* como las *creative commons* disputan los sentidos establecidos por el *copyright*; lo que tienen en común estos tipos de licenciamiento es que comprenden al autor y a las obras desde lugares diferentes al hegemónico: no piensan las obras como acabadas y a los autores como genios iluminados, sino que entienden que la producción es siempre colectiva y social.

“Todo conocimiento, por nuevo que parezca, no es jamás un hecho primigenio totalmente independiente de los que lo han precedido. Se llega a un nuevo conocimiento por reorganizaciones, ajustes, correcciones, adjunciones” sostienen Piaget y García en su libro *Psicogénesis e historia de la ciencia* (2004: 30). Argumedo (1993) retoma esta idea para argumentar su categoría de matriz de pensamiento teórico-político, una categoría con la que propone pensar el conocimiento, los saberes desde un lugar diferente a la mirada del paradigma. Esa mirada de matriz piensa al conocimiento como una producción atravesada por los contextos, los lugares, las historias, que es producto de sujetos situados socialmente y no del genio inventivo de algunos individuos dotados. Esta mirada es la que aparece en los grupos y colectivos que utilizan licencias de tipo *copyleft* o *creative commons* y que se opone a la idea individualista de la invención que se sustenta, por ejemplo, en las leyes de patentes.

Desde este lugar, impulsan y defienden lo que definen como *cultura libre*, construida colectivamente y que, por lo tanto, no debería estar restringida por todos los derechos reservados, una cultura que no debería estar protegida, sino ser socializada porque mejora al compartirla. Así, las licencias de tipo *copyleft* o las *creative commons* se constituyen como herramientas que garantizan que lo que fue creado desde una concepción de cultura libre no sea cooptado, apropiado y protegido por derechos restringidos, sino que siga circulando libremente, alimentando el saber colectivo.

Es importante aclarar que si bien mi trabajo de tesis se centró en artistas que liberan o abren sus obras utilizando licencias *copyleft* o *creative commons* y que, por este motivo, integran lo que defino como el Movimiento de la Cultura Libre, este movimiento no se restringe al campo del arte, incluye también a pensadores, académicos, programadores de *softwares*, entre otros. En este sentido, explica Sebastián Vázquez, miem-

bro del colectivo La Tribu⁶ en una entrevista publicada en Rebelion.org en 2010:

También nosotros entendemos la cultura libre, no sólo como lo que tradicionalmente se entiende como cultura, que es esto, libros, discos, *software*, conocimiento académico en el sentido clásico, sino también, las semillas de los pueblos originarios, la lucha contra las patentes, la lucha por la autonomía del cuerpo, las fábricas recuperadas [...] creemos que la cultura libre puede llegar a ser una especie de gran relato de esta época, que puede juntar un montón de cosas, que el sentido común capitalista separa todo el tiempo [...] converger entre colectivos con lógicas de trabajo tan diferentes es una apuesta enorme, es un trabajo enorme, pero creemos que ahí está la clave, entender la lógica de trabajo del otro y mixturarla con la nuestra.⁷

Entonces, bajo el concepto de *cultura libre* se encuentran grupos que defienden y luchan por aspectos que, a primera vista, parecerían muy disímiles, sin embargo, identificarse con este concepto se relaciona con la manera en que entienden la cultura, no sólo ligada a las producciones artísticas, intelectuales, sino desde una mirada amplia, que comprende las prácticas y las actividades de los sujetos. Por esto, a lo largo de este artículo me refiero a cultura libre para dar cuenta de estas nociones de lo cultural que comparten diferentes grupos, haciendo foco en los artistas que deciden utilizar licencias *copyleft* o *creative commons* para que sus producciones no sean restringidas por todos los derechos reservados. De este modo, los artistas pasan a integrar el Movimiento de la Cultura Libre.

Es en la posibilidad de abrir la obra para que otro autor u otros autores la transformen en lo que radicó mi interés en esta temática. Más que una licencia, el *copyleft* se transforma en una manera de entender el proceso artístico y comunicacional, una manera diferente de entender a los autores y a los artistas; es una manera que tiene que ver con un estilo de época claramente atravesado por los diferentes usos que

⁶ La Tribu surge en 1989 como una radio comunitaria, pero en los más de 20 años de existencia ha ampliado sus proyectos y actividades y se ha consolidado como un colectivo de comunicación alternativa que promueve la capacitación y la producción libres.

⁷ Este fragmento corresponde a una entrevista publicada en Rebelion.org a Sebastián Vázquez en el marco del Foro Social Mundial de 2010, en el que participaron colectivos que promueven la cultura libre. <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=99734>. Último acceso 2-6-13.

hacemos de las tecnologías que como ya señalaba Piscitelli (2002: 71), la separación entre creador y espectador está desapareciendo.

Un universo en el cual el espectador/operador, por medio de órdenes verbales, puede provocar sequías, duplicar la población terrestre, hacer explotar supernovas o ir tan lejos hacia atrás o hacia adelante como se lo dicte su imaginación. En ese universo, la distinción entre espectador y creador de imágenes ha finalmente desaparecido.

COORDENADAS PARA UN MAPA CONCEPTUAL

En este trabajo la Internet fue pensada en tanto tecnología, red y espacio de vinculación e intercambio, posicionada desde una mirada que piensa a las tecnologías como producciones sociales que surgen en un contexto al que modifican y por el que son modificadas. Las tecnologías no serán concebidas en tanto instrumentos o herramientas, sino en espacios de significación, producción, y lucha por el sentido. Siguiendo a Williams (1992), se entiende a las tecnologías en relación con las instituciones sociales, como transformadoras de las relaciones de poder entre las instituciones y constituyendo relaciones de comunicación:

[...] las comunicaciones son siempre una forma de relación social, y los sistemas de comunicaciones deben considerarse siempre instituciones sociales. Es necesario, por consiguiente, pensar, tanto en términos generales como de forma precisa, en las verdaderas relaciones entre las tecnologías de la comunicación y las instituciones sociales (Williams, 1992: 183).

Me alejo de pensar a las tecnologías como simples aparatos –transparentes y libres de toda política– para entenderlas desde un lugar de complejidad, desde los “atravesamientos” de poder y desde los juegos entre las lógicas de diseño y las lógicas de usos de esas tecnologías. Es desde este posicionamiento que puedo pensar las brechas, los intersticios, las disputas que llevan a los grupos inscriptos en el Movimiento de la Cultura Libre a apropiarse de la Internet como un espacio para producir, gestionar y distribuir lo cultural-artístico de otras maneras.

Decidí, además, no utilizar el concepto de “Tecnologías de la Información y la Comunicación” (TIC) porque considero que eso remite a una diferenciación entre información y comunicación que fue importante en el campo latinoamericano en los años 60 y 70, pero que hoy podría pen-

sarse como superada. Al entender la comunicación como producción y disputas por los sentidos, desde la cultura y procesos y no simplemente ligada a los medios, distinguir entre procesos que serían de información y otros que serían de comunicación resulta innecesario. Todo intercambio, toda puesta en relación implica una producción de sentidos y, por lo tanto, es comunicacional. Se puede entender la comunicación como diálogo, siguiendo a Pasquali; pero luego de la “crisis de los paradigmas” que se dio en el campo de la comunicación en la década de 1980, se comprende que el diálogo es más que la simple respuesta y que, incluso ante sujetos que no tienen posibilidad de responder, estamos en presencia de relaciones de comunicación porque, como sostiene Hall (1994), hay una distancia entre la emisión y la recepción, y en esa distancia intervienen las significaciones y los sentidos.

Los modos de organización que establecen los artistas que se inscriben en el Movimiento de la Cultura Libre se dan en el espacio de Internet: páginas web, *wikis*, *blogs*. Si bien algunos de los que participan de estas experiencias aseguran que el anclaje territorial es importante, reconocen en la Internet un espacio de vínculo. Así, uno de los aspectos analizados a lo largo de mi investigación fue el de las interacciones entre lo que definí como lo *online* y lo *offline*, entendiendo por *online* aquello que se da en el espacio de Internet y por *offline* las interacciones que se dan en el territorio físico, en el cara a cara. Desde mi posicionamiento teórico comprendo que estos ámbitos de lo *offline* y lo *online* no están escindidos, sino que, por el contrario, se cruzan y se articulan. Pero, a los fines analíticos, me pareció conveniente pensarlos desde estas categorías y no desde el binomio real/virtual, ya que considero que en esos conceptos hay un sesgo que ubica a las experiencias *online* en una relación de inferioridad por no ser “tan reales”.

Más que compartir completamente las categorías de lo *online* y lo *offline*, es no querer nombrarlas en tanto virtualidad opuesta a realidad lo que me llevó a elegir esa denominación. También es importante señalar que las experiencias llamadas virtuales, entendidas como no físicamente situadas, no son propias de la “era de Internet”, sino que se establecen desde, podría decir, el surgimiento de la imprenta. De hecho, en la definición de comunidad que retomo se evidencia la idea de que las tecnologías de comunicación han sido, a lo largo de la historia, generadoras de vínculos y lazos que van más allá de la copresencia física. Siguiendo a autores como Appadurai (2001) y Cohen (1985), entiendo que los espacios de pertenencia no se definen exclusivamente por el te-

ritorio habitado en común, sino por temas, problemáticas, gustos compartidos; muchos de sus miembros no se conocen ni se van a conocer cara a cara, pero se reconocen y manejan códigos comunes; y es a partir de este compartir que surge el impulso asociativo.

Es importante tener en cuenta que estos espacios de organización posibilitan una mirada más colaborativa, que entiende a la producción como social y a los resultados de esa producción como sociales también. Los artistas que usan licencias libres o abiertas entienden la producción artística como creada colectivamente, desde una idea de obra no concluida en sí misma, no cerrada sino en permanente construcción, una obra abierta a la modificación, al cambio y al aporte de los otros. Desde este lugar, el planteo entra en crisis con los modos de producir, gestionar y distribuir propios de las denominadas industrias culturales.

El concepto de industria cultural se ha ido redefiniendo en el campo de la comunicación, actualmente se encuentra bastante distante de las nociones que lo atravesaban en sus orígenes, acuñado por Adorno y Horkheimer (1998). Las concepciones que vinculaban la industria cultural con la clausura de la capacidad política y crítica del arte han sido superadas en parte por las relecturas que hicieron de Gramsci los teóricos de Birmingham y cómo esas relecturas fueron retomadas en el campo latinoamericano por autores como Martín Barbero. Pensar en las mediaciones es pensar los cruces de sentidos que intervienen en la relación de las industrias culturales y sus públicos, entre las industrias culturales y los temas que trabajan; las matrices desde las cuales comprender las rutinas y los discursos de los medios.

Sin embargo, esta categoría sigue designando a las obras y prácticas de la actividad intelectual y artística producidas desde lógicas industriales; es decir con ciertas características en sus modos de producción, gestión y circulación. Será a estos modos a los que se enfrenten los artistas que se inscriben en el Movimiento de la Cultura Libre y será a partir de la oposición a esas lógicas que busquen generar otros modos de organización y gestión.

Otras categorías importantes a lo largo de la investigación fueron las de cultura y gestión. Definir lo cultural resultó un tanto complejo ya que el concepto cultura ha sido asociado a diferentes aspectos; de acuerdo a las distintas corrientes y posturas que se retomen se obtienen conceptualizaciones diferentes. Así, según plantea Williams (2000a: 91) se asocia, en líneas generales, a tres grandes concepciones: como proceso general de desarrollo intelectual, espiritual y estético; a un modo de

vida determinado; y a las obras y prácticas de la actividad intelectual, especialmente artística (cultura es música, pintura, literatura, teatro, cinematografía). Desde esta última definición, cultura se liga al concepto de arte y es allí donde aparece la distinción entre el “arte elevado” y los entretenimientos populares, entre “lo culto” y “lo popular”, mediado, ahora, por lo masivo.

Es quizás desde esta manera de comprender lo cultural y al arte desde donde se impulsan las políticas públicas y se gestiona lo artístico desde los lugares legitimados. Tal vez un momento importante para la definición de las políticas culturales y, por lo tanto, para pensar la gestión cultural haya sido el debate que se dio, auspiciado por la UNESCO, en México en 1982 (MONDIACULT). En esa conferencia se definió la cultura como:

El conjunto de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias (Declaración de México sobre las Políticas Culturales, 1982).

Además, ese documento de la UNESCO agrega que hay que reconocer la dimensión cultural del desarrollo, aumentar la participación en la vida cultural, afirmar y enriquecer las identidades culturales. Referirse a la dimensión cultural del desarrollo puede llevar a la simplificación de pensar que la mayor participación en la vida cultural permitiría el desarrollo; por lo que el *no desarrollo* sería a causa de cuestiones culturales; lo que posiciona lo desigual como diferente quitándole el espesor político y el entrelazamiento de las relaciones de poder. Respecto a esto, Ochoa Gautier (2002), quien se ha especializado en políticas culturales relacionadas a la música, plantea la cuestión del multiculturalismo como una instancia límite entre la reivindicación de derechos y el ocultamiento de las causas sociales y políticas que generan esas desigualdades. La cultura aparece, entonces, como una noción tan amplia y abarcativa que termina vaciándose de sentido, todo es cultura o todo parece pasar por la cultura.

Quizás guiado por estas concepciones y lineamientos que estableciera la UNESCO, aquello que se ha definido como gestión de lo cultural ha estado principalmente vinculado a la generación de políticas tendientes a conservar, enriquecer y difundir el patrimonio histórico,

pero también aquello que se considera patrimonio vivo e intangible; a consolidar lo que desde los lugares de poder se entiende por identidad y a distribuir recursos públicos.

Si entendemos que la gestión es “el desarrollo de estrategias de acción en función del cambio” (Uranga, 2002: 238), si pensamos en los procesos de gestión desde un lugar político (la gestión implica siempre una mirada y un hacer político), entendemos que en esas estrategias hay perspectivas, posiciones y concepciones. Qué pasa entonces cuando surgen espacios de autogestión de lo artístico que salen a disputar las concepciones legitimadas y que entienden que las políticas acerca de la producción y circulación de lo artístico no pasan por la conservación, sino por el contrario, por la socialización, la derivación y la transformación.

Retomando a Williams (2000a: 91), se podría plantear que:

[...] el complejo de sentidos (sobre la cultura) indica una argumentación compleja sobre las relaciones entre el desarrollo humano general y un modo determinado de vida; y entre ambos y las obras y prácticas del arte y la inteligencia.

Es una trama cultural que se organiza en términos de tradiciones, instituciones y formaciones, y que se da también en la lucha, el conflicto y las relaciones entre elementos dominantes, residuales y emergentes. Así, la cultura no es la entendida desde la mirada romántica de una identidad pura que hay que preservar, ni desde la idea de las bellas artes opuestas a los géneros populares; la cultura es entendida desde el conflicto, la negociación y las disputas de sentido.

BREVE DESCRIPCIÓN DEL ABORDAJE METODOLÓGICO

Mi trabajo, inscripto en una maestría de Planificación y Gestión de la Comunicación, se constituyó como un diagnóstico comunicacional, entendiéndolo, desde Prieto Castillo, como un proceso dinámico que permite “distinguir, discernir y conocer” como “una lectura esencial de determinada situación social, una lectura de sus conexiones esenciales, desde una perspectiva histórica” (Prieto Castillo, 1985: 41) que leyó en clave comunicacional los objetivos de futuro presentes en los modos de organización de las prácticas culturales-artísticas que se enmarcan en el Movimiento de la Cultura Libre. Y me refiero a objetivos de futuro porque estos grupos y colectivos pretenden transformar las

reglas del juego en relación con la producción, distribución y gestión de lo cultural-artístico. Entonces, mi trabajo como comunicadora fue trazar un mapa de la situación de estos colectivos en el Movimiento de la Cultura Libre que diera cuenta de los modos en que se organizan para gestionar esa transformación.

El proceso de recolección de los datos fue flexible, supo adaptarse a las situaciones que se iban presentando a medida que avanzaba en el proceso de investigación, retomando la idea del diagnóstico dinámico, es decir en permanente movimiento. En este sentido, las técnicas utilizadas para abordar el campo combinaron los problemas conceptuales con los materiales empíricos y la posición del investigador.

En un primer momento, realicé un rastreo de bibliografía y documentación producida por los colectivos y grupos que se inscriben en el Movimiento de la Cultura Libre. El propósito de esta actividad era encontrar autodefiniciones, explicitaciones de pertenencias, posturas políticas frente al tema. En ese primer momento, el *copyleft* era para mí sólo aquello que se oponía al *copyright*, por lo que debía profundizar en su definición, y me pareció adecuado revisar lo que los mismos grupos decían sobre sus prácticas.

Leer y analizar materiales publicados por grupos y referentes del Movimiento de la Cultura Libre permitió, como explicaba antes, no sólo conocer cómo se autodefinen, sino también reconocer una vocación militante que tiene por objetivo principal poner en discusión el modelo de distribución cultural-artístico vigente. La necesidad de producir bibliografía y materiales en los que ellos mismos expliquen sus prácticas y sus posturas da cuenta de una lucha por extender el movimiento que se complementa con los espacios en la web (páginas, *blogs*) y los espacios de encuentro en el territorio. Estos documentos producidos por estos grupos permitieron reconocer ciertas organizaciones, espacios y proyectos que apoyan la idea de cultura libre.

En el momento de identificar estas organizaciones y proyectos surgieron dos espacios con lógicas y dinámicas diferentes; pero identificables en torno a la idea de distribución de lo cultural-artístico. Principalmente en estos espacios decidí realizar una de las partes centrales de mi abordaje del problema de investigación. Estos ámbitos son la Fábrica de Fallas y las Ferias del Libro Independiente y (A) (FLIA).

Elegí estos espacios de lo *offline* para realizar una observación de los modos en que se nuclean y organizan los artistas inscriptos en el

Movimiento de la Cultura Libre. Asistí a la 2ª, 3ª y 4ª Fábrica de Fallas y FLIA s realizadas tanto en la ciudad de Buenos Aires como en La Plata.

Tanto las FLIA como la Fábrica de Fallas me permitieron ponerme en contacto con referentes (denomino de esta manera a aquellos actores que sin ser artistas participan del movimiento y lo impulsan, constituyéndose en muchos casos en personas calificadas para hablar del tema) y artistas que se inscriben en el Movimiento de la Cultura Libre. La mayoría de las entrevistas, que fueron uno de los materiales principales del análisis, se realizaron en las Fábricas de Fallas y en las FLIA. Esto se debió a una decisión de interpelar a los artistas y referentes en los propios espacios que los convocan y vinculan. Sólo en casos particulares las entrevistas se realizaron en otros ámbitos. En algunos casos, motivados por la distancia, el ámbito elegido fue el de Internet (a través de Skype o Messenger, por ejemplo).

Para el análisis de la información registrada en las entrevistas se siguieron los planteos de De la Peza (1999). A partir de los planteos de esta autora seleccioné núcleos temáticos de análisis para rastrear en las entrevistas, centrados en cómo enunciaban sus prácticas, sus pertenencias al Movimiento de la Cultura Libre y también cómo expresaban sus usos de las tecnologías. Construir estos núcleos o categorías fue una manera de clasificar y ordenar los datos para que luego resultara más sencillo el cruce con la información que habían aportado, por ejemplo, los documentos elaborados por los grupos.⁸

El abordaje metodológico se completó con el análisis de diez sitios web creados y sostenidos por artistas que licencian sus obras con *copyleft* y *creative commons* y el seguimiento de tres listas de correo generadas por estos grupos para conocer los principales temas de discusión que se daban en estos espacios. Para el análisis de los sitios *web* utilicé también núcleos temáticos similares a los empleados en las entrevistas.⁹

⁸ Los núcleos temáticos para el análisis de las entrevistas fueron: 1) Cómo explican sus prácticas en relación a la Cultura libre y al *copyleft*. 2) Cómo (o si) definen a este movimiento. 3) Miradas/concepciones sobre las tecnologías (en relación a sus prácticas). 4) Miradas/concepciones sobre el arte. 5) Cómo (o si) enuncian su relación con otros artistas o colectivos que trabajan en la "misma sintonía". También se tuvieron en cuenta los modos de financiamiento.

⁹ Los núcleos de análisis de las páginas web fueron: 1) Cómo definen lo que son (su posicionamiento político e ideológico). 2) Cómo expresan su vinculación con la Cultura libre y el *copyleft*. 3) Cómo se dan las posibilidades de acceso a las obras/materiales para ser reutilizadas o crear a partir de ellas. 4) Cómo expresan sus vínculos con otros colectivos y organizaciones que trabajan en la misma lógica. 5) Cómo (o

Si bien muchos de los artistas y grupos que integraron el corpus de análisis utilizan Facebook y Twitter, esos espacios no fueron analizados para este trabajo. Esto se debió a una necesidad de focalizar en cierto material y, en ese sentido, los *blogs* y webs que ellos mismos han creado en Internet, ya que los han producido y armado de acuerdo a sus propios intereses y dinámicas; mientras que las páginas de Facebook y Twitter tienen lógicas preestablecidas en el momento del diseño (cantidad de caracteres a utilizar, modos de subir y compartir archivos; lógicas de usabilidad que vienen, en cierta forma, predefinidas).

MODOS DE ORGANIZACIÓN: ENTRE LO *OFFLINE* Y LO *ONLINE*

Como se señaló, una de las preguntas rectoras de la investigación fue acerca del impulso asociativo de los artistas que trabajan utilizando licencias de tipo *copyleft* o *creative commons*: ¿qué los lleva a nuclearse?, ¿qué tienen en común? y ¿cómo se organizan? A partir del trabajo de campo comenzaron a surgir varias respuestas para estos interrogantes iniciales.

En primer lugar empecé a distinguir aquello que tenían en común, lo que los hacía ser y formar parte de lo que, siguiendo a Melucci (1999), defino como el Movimiento de la Cultura Libre. Este autor piensa a los movimientos como construcciones sociales, no son algo dado, cristalizado, sino que están en permanente creación y a los que otorga tres características básicas: la solidaridad, el conflicto y el rompimiento de los límites del sistema.

Por solidaridad entiende “la capacidad de los actores para compartir una identidad colectiva (esto es, la capacidad de reconocer y ser reconocido como parte de la misma unidad social)” (Melucci, 1999: 40). Desde este punto de vista —entendiendo la identidad colectiva desde la teoría de la acción colectiva que desarrolla este mismo autor y que Giménez (2005) retoma al hablar de la relación entre identidad y cultura—, la identidad colectiva presupone la capacidad de conferirle un sentido a aquello que se está haciendo o que se va a hacer: un proyecto, una historia y una memoria que le confieren estabilidad. Además, un involucramiento emocional que permite a los sujetos sentirse como parte común. Obviamente, también entra en juego el aspecto relacional —lo que Giménez plantea acerca de que toda identidad se construye en relación a un(os) otros— que, siguiendo a Melucci, podría pensarse con

si) dan cuenta de los modos de organización y gestión.

base en el conflicto o la ruptura de los límites del sistema, entrar en crisis con los aspectos establecidos y nuclearse para transformar lo instituido y, por lo tanto, agruparse en relación con una solidaridad común (el proyecto, la historia y la memoria) pero también en contra de otro. Melucci define el conflicto como: “una relación entre actores opuestos, luchando por los mismos recursos a los cuales ambos dan valor” (Melucci, 1999: 40).

A partir de las definiciones de estas referencias analíticas, se puede pensar la cultura libre en tanto movimiento como una identidad colectiva que se construye en torno a un proyecto; una idea: de libre distribución de los bienes intelectuales comunes; proyecto que forma parte de una historia que se enlaza al movimiento del *software* libre, pero también a formas precapitalistas de distribución de los bienes simbólicos y que, a su vez, se construye como oposición a otro modo de distribución cultural, vigente en la actualidad, el del *copyright*. Así, las organizaciones que representan los modos tradicionales de circulación y el Movimiento de la Cultura Libre entran en conflicto acerca de los modos de gestionar los bienes simbólicos.

La tercera característica analítica que Melucci da para pensar los movimientos colectivos es la ruptura con los límites del sistema. En este punto es clara la ruptura que proponen los artistas que utilizan licencias de tipo *copyleft* o *creative commons* con el sistema de distribución vigente. Entonces, teniendo en cuenta estas dimensiones de análisis se puede pensar la cultura libre como un movimiento, con algunas fronteras, quizás, aún difusas en cuanto a modos de pensarse; pero muy claras en la diferenciación con un otro que expresa un proyecto muy distinto. Esa falta de homogeneidad al momento de autodefinirse no va en contra de lo que caracteriza a un movimiento social pensado desde la idea de identidad colectiva. En este sentido, explica Giménez:

[...] las identidades colectivas (1) carecen de autoconciencia y de psicología propias; (2) en que no son entidades discretas, homogéneas y bien delimitadas; y (3) en que no constituyen un ‘dato’, sino un ‘acontecimiento’ contingente que tiene que ser explicado (Giménez, 2005: 15).

Entonces, uno de los aspectos que los lleva a asociarse es el modo en que entienden lo cultural: como construcción colectiva, social, atravesada por una época y un contexto, que se protege compartiendo y no restringiendo; una circulación cultural que debería ser libre de mo-

nopolios. Estas formas asociativas en torno a esta idea de lo cultural están basadas en redes de solidaridad previas, en redes de pertenencia y amistades que los llevan a vincularse con el *copyleft* y el *creative commons*. En su mayoría, estos artistas empiezan a practicar las ideas de la cultura libre incluso mucho antes de poder enunciarlas de esta manera o de utilizar licencias libres o abiertas. Es lo que Pagola (2010) define como *copyleft avant la lettre*.

Por su parte, la Internet contribuye a instalar una mirada acerca de que compartir es fácil, una idea en la que conviven aspectos residuales (precapitalistas en los que los bienes simbólicos circulaban de forma no restringida,¹⁰ sin regalías de autores, sin ganancias industriales) pero también emergentes presentes en las formas de licenciamiento y en las apropiaciones que se hacen del espacio de Internet.

Llegamos, entonces, a la pregunta por Internet como espacio de organización y de generación de vínculos perdurables. Uno de los presupuestos iniciales era que el Movimiento de la Cultura Libre se organizaba principalmente en la Internet; pero luego ese presupuesto se fue transformando porque, como señalaba anteriormente, durante el trabajo de campo se reconocieron dos espacios de fuerte convergencia en lo *offline*: La Fábrica de Fallas y las FLIAS.

La Fábrica de Fallas, organizada por el Colectivo La Tribu, es un festival de cultura libre y *copyleft* que se realiza anualmente en la ciudad de Buenos Aires (aunque la idea ya se ha extendido a otros países como Chile) y reúne a distintos grupos y movimientos que van desde militantes del *software* libre hasta representantes de pueblos originarios que luchan por la tierra. Esta participación que en principio parecería heterogénea, según sus organizadores, tiene unicidad en la lucha contra la propiedad privada material e intelectual.

La Feria del Libro Independiente y (A) es —o son, porque hay tantas flias como lugares donde se desarrolla—¹¹ un espacio de circulación y distribución de distintos tipos de obras (libros, cuadros, música) que se enfrenta con los modos de distribución y circulación habituales y también con las formas de gestión más convencionales, independiente y,

¹⁰ Las primeras leyes de tipo *copyright* son del siglo XVIII con el Estatuto de la Reina Ana, en 1710. Por lo tanto, durante muchos siglos hubo creación y producción sin que hubiera protección de la “propiedad” intelectual.

¹¹ Se realizan FLIAS, además de la ciudad de Buenos Aires, en La Plata, Rosario, Chaco, Misiones, Mar del Plata, Bahía Blanca, Neuquén, Santa Fe. También se ha extendido la FLIA a Chile y a Colombia.

además, autogestiva y alternativa (esa “a” colocada entre paréntesis invoca diferentes referencias: su alternatividad, su autogestionamiento). Se organiza en asambleas abiertas a la participación y se lleva a cabo en espacios en conflicto –fábricas recuperadas, asambleas barriales, centros culturales independientes–, no está centralizada, sino que se federaliza y se concreta en distintos espacios y territorios por iniciativa de aquellos mismos puesteros que han formado parte de otras FLIAS. Tienen dos principios básicos que respetan: gratuidad en el ingreso y libertad de puestos. Tampoco aceptan auspicios, ni del Estado ni de empresas privadas.

Estos dos espacios de convergencia¹² en lo *offline* dan cuenta de cómo el Movimiento de la Cultura Libre ha sabido generar –más allá de su lógica de trabajo distribuido en la red– espacios de encuentro de los cuerpos, momentos rituales de celebración del estar juntos. Estos grupos y colectivos que trabajan desde el *copyleft*, que generan redes a través de sus páginas de sus *blogs* y de sus perfiles en Facebook, que suben a la Internet sus producciones para que otros puedan reutilizarlas y resignificarlas; también generan o propician encuentros en el espacio territorial; aunque estos espacios están también atravesados por lo tecnológico, ya que el mundo de lo *online* y de lo *offline* están permanentemente imbricados, en los términos de Winocur (2006).

La importancia de ocupar el territorio físico, material, surge a partir de ciertas tensiones respecto a cómo los miembros del movimiento piensan las tecnologías. Por un lado, muchas veces las entienden simplemente como herramientas de difusión, desterritorializantes (en el sentido de que se pierde el anclaje en un lugar, relacionado a una política y una militancia en el barrio) y la preocupación por lo efímero de los lazos que se generan a partir de la Internet; pero por otro lado, la Internet y las tecnologías son apropiadas para generar prácticas autogestivas, trabajo distribuido en comunidades no limitadas por lo territorial y como potenciadoras del compartir.

Estas tensiones tienen que ver con una pregunta por la construcción política en la Internet, en este contexto aún de transformación, es una

¹² El concepto convergencia se utiliza como reunión o encuentro; ha adquirido un sentido tecnológico al referir al cruce de determinados soportes y lenguajes característicos de las tecnologías digitales. Sin embargo, se utiliza este concepto en un sentido anterior de unirse en un punto de encuentro, de comunión. Por eso señalo que la reunión se da en los espacios territoriales, en lo *offline*; mientras que en lo *online* hay hipervincularidad y no convergencia en un único punto de encuentro.

pregunta abierta. Por ejemplo, el planteo muy vigente en el campo de los estudios sociales acerca del cyberactivismo o la participación política en redes sociales. Esas tensiones subyacen en los planteos de los miembros del Movimiento de la Cultura Libre.

Pero, por otro lado, en el análisis de los casos trabajados en la investigación aparecen prácticas tecnológicas que permite redefiniciones de las lógicas más mercantiles de la Internet. Utilizar la red para liberar sus obras, compartir, distribuir producciones artísticas sin intermediarios, sin grandes corporaciones, da cuenta de otros usos de la Internet que los alejan de los intereses que, por ejemplo, representan empresas como Google o Facebook. Tal como plantea Martín Barbero, hay posibilidad del rediseño de las tecnologías que, aunque surgidas y atravesadas por el contexto capitalista, son posibles de ser apropiadas para generar otros usos, y sentidos.

Pero el rediseño es posible, si no como estrategia siempre al menos como táctica, en el sentido que ésta tiene para Certeau: el modo de lucha de aquel que no puede retirarse a "su" lugar y se ve obligado a luchar en el terreno del adversario (Martín Barbero, 1991: 201).

Organizarse ha significado siempre tender redes con el otro, hoy esas redes se dan no sólo en el territorio físico, en el espacio de lo *offline*; sino que la Internet se constituye en un espacio para producir y organizarse. Por eso se sostiene que el Movimiento de la Cultura Libre es un entretejido de redes, donde lo *online* y lo *offline* forman una amalgama. Las redes que se constituyen en el espacio de la Internet están atravesadas por esas otras redes previas, por miradas y posturas que anteceden a la Internet, pero que encuentran en esta tecnología y en los espacios que brinda la posibilidad –potencialidad– de reconfigurarse.

ALGUNAS CONCLUSIONES

La mirada comunicacional –entendiendo la comunicación desde una perspectiva sociocultural, en las prácticas y en las producciones de sentido– fue central al momento de analizar los cruces entre los modos de organización y las concepciones de arte y cultura que sustentan (A) estos grupos y que los impulsan a asociarse, a nuclearse, a construir comunidad.

A lo largo de los tres años transcurridos desde que planteara mi tema y comenzara la investigación, observé cómo los espacios de referencia crecían en cantidad de participantes y cómo se sumaban nuevos artistas a trabajar desde estas concepciones. Cada vez son más las experiencias que se suman al Movimiento de la Cultura Libre y esto se visualiza claramente en las FLIAS y en las Fábricas de Fallas, pero también en la continuidad y la intensificación de los proyectos artísticos que desarrollan los colectivos y grupos de trabajo que forman parte del movimiento. Esto, sin duda, tiene que ver con el efecto vírico de las licencias *copyleft*, un efecto de contagio que se da, principalmente, por las redes de pertenencia, las amistades, las afinidades y las luchas que parecen converger y ser retomadas por el Movimiento de la Cultura Libre, luchas que no se agotan en la definición de la propiedad de los bienes simbólicos, sino que se expanden a redefiniciones en torno a los circuitos de producción, distribución y consumo. El correrse o separarse de los intermediarios, por ejemplo, para desarrollar prácticas autogestionadas de creación y distribución no marcadas por las lógicas que instalan las industrias culturales, sino por lógicas que se van fijando dentro de los propios colectivos. En cierto punto, las licencias libres y abiertas que han decidido usar les han permitido expresar sus diferencias con los modos de producción instituidos y encontrarse con otros que también piensan la producción desde un lugar diferente. Las licencias son, de este modo, una visibilización de ciertas disconformidades con lo establecido y de ciertos acuerdos en torno a cómo piensan la producción artística.

El uso de licencias de tipo *copyleft* o *creative commons* coloca a los artistas en un lugar de mayor autonomía respecto de las reglas del mercado, les posibilita otros usos y otros escenarios de pertenencia. Este debate está claramente atravesado por las potencialidades que abre la Internet en torno a la circulación cultural y cómo estos artistas comprenden que la restricción no es el camino. Esta comprensión surge, en algunos casos, de una profunda convicción respecto a lo que la circulación cultural debería ser: colectiva, socializada y socializante; no departamentalizada ni reservada a ciertos circuitos. Esta convicción se ve más claramente en aquellos grupos de artistas que vienen de una tradición de militancia en otros espacios y que militan también por la libre circulación de lo cultural. Las redes de vínculos y pertenencias previas llevan a algunos artistas que han participado de otros espacios de lo que podría pensarse como contra cultural o cultural alternativo a inscribirse en las ideas de la cultura libre porque encuentran en ellas una continuidad ideológica

con sus prácticas, las redes de solidaridades previas a las que me refería cuando retomaba a Melucci y que hacen posible la constitución de un movimiento. Más allá del *software* libre, muchos de los artistas que hoy trabajan con licencias *copyleft* o *creative commons* formaban y forman parte de otros movimientos. Los modos en que reconocen haberse vinculado a la lucha por la cultura libre da cuenta de la pertenencia a grupos y colectivos que fueron tejiendo redes en relación con la lucha por el territorio, la militancia política, y el arte militante.

En otros casos, la pertenencia se da ante los límites que les imponen las industrias culturales y lo complejo de acceder a ciertos circuitos. Frente a lo restrictivo del mercado y de la Institución arte, las licencias libres y abiertas habilitan usos más acordes de espacios como el de la Internet. Las tecnologías les permiten la producción casera de calidad aceptable y las licencias les dan el marco legal para que eso circule en la *web* libremente. Así producen, distribuyen, comparten con otros desde los propios circuitos que estas pertenencias van creando. En este sentido, las licencias libres y abiertas no son sólo un *hack* al *copyright*, sino principalmente un *hack* a los modos hegemónicos de gestión de lo cultural.

La Internet y las tecnologías digitales facilitan los procesos autogestivos, entendiendo a la autogestión como:

Un proceso que busca la transformación de las relaciones de producción. Presiona, por lo tanto, en este sentido hacia la superación de la organización capitalista del trabajo, que históricamente ha mantenido una separación estricta entre tareas de dirección y tareas de ejecución; y entre el trabajo manual y el trabajo intelectual. Se trata, por lo tanto, de cuestionar el trabajo parcelado y la división del trabajo imperante en el mundo de la organización científica del trabajo y abordar los procesos productivos de la sociedad postfordista, impulsando la horizontalidad, la rotatividad, el control social y la participación (Mendizábal y Errasti, 2008: 3).

Pensar a estos grupos como autogestionados abre un aspecto interesante para retomar en estas palabras finales, ya que la autogestión tiene una impronta fuerte de transformación de las lógicas de producción tradicionales. Los obreros autogestionados son aquellos que deciden tomar el control de los medios de producción y generar su propio sustento sin depender de patrones o capitalistas. Así, la autogestión remite fuertemente a una idea de liberación de una situación de opresión generada por la condición de un obrero que no puede acceder a los

medios de producción y distribución de aquello que produce. Por eso, me permito esta analogía entre ese tomar los medios de producción para sí de los obreros y el tomar los medios de producción (y distribución) para sí de los artistas inscriptos en el Movimiento de la Cultura Libre. Es desde estas coordenadas de lectura que la reivindicación de la autogestión parece tener tanto peso, porque los coloca en un lugar de poder, ya que les permite decidir sobre sus propias producciones más allá de lo que pauten las industrias culturales.

El Movimiento de la Cultura Libre pretende romper con las barreras entre autores y consumidores de obras, por eso invita a la reapropiación, la resignificación y la deriva; propone espacios territoriales como las FLIA y la Fábrica de Fallas, pero por eso también se apropia de Internet como ámbito de producción colaborativa.

El Movimiento de la Cultura Libre se va moviendo en el flujo de la red, un movimiento en circulación que genera espacios de convergencia. Significativamente, estos espacios se dan más en lo territorial, en experiencias como la FLIA y la Fábrica de Fallas. Esto se debe a las dinámicas diferentes que constituyen esos espacios. En la Internet la relación se da en tanto nodos que se vinculan a través de *links*, una relación hipervincular, característica de los modos de recorrer la red (saltando de una página a otra, enlazando). En este sentido, los nodos del movimiento se enlazan; pero no convergen en un mismo espacio de la web. Los proyectos y experiencias que llevan a cabo estos artistas tienen su espacio en la Internet y, en muchos casos, ése es el único espacio propio del proyecto; sin embargo, el intento de nuclear a estos colectivos en un único espacio de la Internet ha sido hasta el momento poco exitoso. Cada experiencia, grupo y colectivo genera su espacio en la *web* y genera *links* con los otros, pero no se produce la convergencia que se da en los espacios de lo *offline* como las FLIAS y las Fábricas de Fallas.

Esto se debe a las diferentes dinámicas y las diferentes maneras de participación que proponen lo *online* y lo *offline*. Lo *online* abre la posibilidad de crear comunidades imaginadas, grupos de pertenencia que trascienden las fronteras, no sólo espaciales, sino temporales (la posibilidad de crear en forma distribuida); por eso el movimiento en ese espacio se expresa como nodos en la red. La pertenencia se da distribuidamente, cada grupo tiene su página, su *blog*, con sus propias reglas y dinámicas, y desde allí hipervinculan a otros, desde allí tejen la red. Hay un sentido mayor de dispersión o de anudamientos, de nodos sin centros, podrían pensarse como experiencias hilvanadas.

En cambio, las FLIAS y la Fábrica de Fallas convocan desde la corporalidad y la fiesta, reinstalan el cuerpo. Lo *offline* instaura la ritualidad de lo que se repite y se programa: la Fábrica de Fallas, en su ritual anual del encuentro para la reflexión conjunta y el debate; las FLIAS, que, aunque no tienen fechas fijas de realización, sí implican un ritual de encuentro para la planificación (la FLIA Buenos Aires, por ejemplo, tiene días paudados para las asambleas organizativas) y, además, permiten el intercambio material de los libros.

Tanto los espacios de lo *online* como los de lo *offline* son fundamentales para potenciar este movimiento que se basa en compartir, socializar y construir colaborativamente. Redes en lo *offline* (la misma FLIA es una red) y redes en lo *online* forman una trama de sentidos nuevos, de sentidos residuales, sentidos otros que disputan con lo legitimado.

Y en esta disputa con lo instituido que aparecen ciertos signos portadores de futuro que podrían abrir posibilidades para que este movimiento no se quede en los márgenes, o en el lugar de lo contrahegemónico o alternativo, sino que pueda legitimarse como un modo de gestión válido. En esa lucha por la legitimación los artistas encuentran el escollo no sólo de los modos de producción establecidos por la Industria Cultural y los circuitos legitimados de la Institución arte; sino también con los modos de gestionar los derechos de autor que expresan las gestoras colectivas¹³ que aún no reconocen las licencias *copyleft* o *creative commons* como opciones frente al *copyright*.

En este contexto, en el que las relaciones de poder están aún desbalanceadas en contra de estos otros modos de producir y circular lo cultural-artístico, los artistas y referentes del Movimiento de la Cultura Libre deben afianzar sus prácticas otorgándole mayor legitimidad al movimiento. Para esto el entramado entre las redes de lo *online* y lo *offline* se vuelve fundamental, ya que lo *offline* le otorga visibilidad: la cantidad cada vez mayor de participantes que tienen la Fábrica de Fallas que permite difundir la idea de que la cultura se defiende compartiéndola,

¹³ Las gestoras colectivas son asociaciones civiles que representan y gestionan colectivamente los derechos de los autores, o de los titulares de los derechos sobre las obras intelectuales. Administran, controlan, negocian con terceros las licencias, recaudan y distribuyen entre sus asociados los derechos patrimoniales de autor sobre las obras intelectuales. En Argentina se encuentran: ARGENTORES (Sociedad General de Autores de la Argentina), SADAIC (Sociedad Argentina de Autores y Compositores), AADI (Asociación Argentina de Intérpretes), CAPIF (Cámara Argentina de Productores de Fonogramas y Videogramas), DAC (Directores Argentinos Cinematográficos) y SAGAI (Sociedad Argentina de Gestión de Actores Intérpretes).

la manera en que se expanden las FLIAS a distintas partes de Argentina y también a otros países, lo que las constituye en una red en lo *offline*, pero también potenciar lo *online*, el trabajo deslocalizado, destemporizado y distribuido de encuentros intermitentes que permiten construir comunidades más allá del vínculo territorial y generar sinergias entre distintos países en los que el Movimiento de la Cultura Libre ha logrado reivindicación. Esa unión permitirá disputar los modos hegemónicos de producción y distribución de lo cultural que atraviesan las fronteras de los países, porque las lógicas de las industrias culturales y los modos de gestión de derechos se han vuelto transnacionales (al menos en lo que podemos definir como el mundo occidental), ya que éstas son monopolios globales y las leyes de protección intelectual y *copyrights* son similares en los diferentes países.

Lo importante es dar el debate para ampliar los márgenes, para sumar participantes, para darse a conocer. Trasladar el planteamiento acerca de la importancia del uso de *software* libre –que en Argentina ya se está dando en el campo de lo educativo– al terreno de otros bienes intangibles, como las producciones culturales-artísticas. En estos debates, en estas disputas, el movimiento irá generando legitimidades que le permitirá no quedarse en los márgenes, sino construir la posibilidad de otro modelo de producción y distribución de lo cultural-artístico.

REFERENCIAS

- Adorno, T. y Horkheimer, M. (1998). La industria cultural. Ilustración como engaño de masas. En *Dialéctica de la Ilustración*, 3ª edición, pp. 133-182. Valladolid, España: Editorial Trotta.
- Appadurai, A. (2001). *La modernidad desbordada*. Buenos Aires, Argentina: FCE.
- Argumedo, A. (1993). *Los silencios y las voces en América Latina. Notas sobre el pensamiento nacional y popular*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones del Pensamiento Nacional.
- Bürguer, P. (2000). *Teoría de la vanguardia*, 3ª ed. Barcelona, España: Ediciones Península S.A.
- Cohen, A. (1985). *The symbolic construction of community*. Reino Unido: Ellis Horwood, Chichester.
- De la Peza, M.C. (1999). Algunas consideraciones sobre el problema del sujeto y el lenguaje. En Jaidar I. (Comp.), *Caleidoscopio de subjetividades*. México: Departamento de Educación y Comunicación.

- Giménez, G. (2005). *La cultura como identidad y la identidad como cultura*. Instituto de Investigaciones Sociales, UNAM. Ponencia presentada en el III Encuentro Internacional de Promotores y Gestores Culturales. Guadalajara, Jalisco. Recuperado de: <http://mediosexpressivoscampos.org/wp-content/uploads/2012/04/LA-CULTURA-COMO-IDENTIDAD-Y-LA-IDENTIDAD-COMO-CULTURAL.pdf>.
- Hall, S. (1994). Codificar/Decodificar. En Entel A., *Teorías de la comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Hernandarias.
- Martín Barbero, J. (1991). *De los medios a las mediaciones*, 2ª ed. México: Gustavo Gili.
- Melucci, A. (1999). Teoría de la acción colectiva. *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. México, D. F.: COLMEX. Recuperado de <http://www.cholonautas.edu.pe/modulo/upload/melucci.pdf>.
- Mendizábal, A. y Errasti, A. (2008). *Premisas teóricas de la autogestión*. Ponencia presentada para las XI Jornadas de Economía Crítica, Bilbao. Universidad País Vasco. Recuperado de http://pendientedemigracion.ucm.es/info/ec/ecocri/cas/Mendizabal_y_Errasti.pdf.
- Ochoa Gautier, A.M. (2002). Desencuentros entre los medios y las mediaciones: estado, diversidad y políticas de reconocimiento cultural en Colombia. En Lacarrieu M. y Álvarez M. (Comps.), *La (indi) gestión cultural. Una cartografía de los procesos culturales contemporáneos*. Buenos Aires, Argentina: Ciccus-La Crujía.
- Pagola, L. (2010). Efecto *copyleft avant la lettre*, o cómo explicar el *copyleft* donde todos lo practicamos. En Busaniche B. (et al.), *Argentina copyleft: la crisis del modelo de derecho de autor y las prácticas para democratizar la cultura*. Fundación Vía Libre-Fundación Heinrich Böll-Cono Sur.
- Pasquali, A. (1972). *Comunicación y cultura de masas*. Caracas, Venezuela: Monte Ávila.
- Piaget, J. y García, R. (2004). *Psicogénesis e historia de la ciencia*, 10ª ed. México: Siglo XXI Editores.
- Piscitelli, A. (2002). *Ciberculturas 2.0. En la era de las máquinas inteligentes*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Prieto Castillo, D. (1985). *Diagnóstico de Comunicación*. Quito, Ecuador: Manuales Didácticos CIESPAL.
- Racioppe, B. (2012). *Liberar, compartir, derivar. Cultura libre y copyleft: otros modos de organizarse para gestionar lo cultural artístico*. Tesis de maestría. La Plata, Buenos Aires, Argentina: UNLP. Recuperado de <http://sedi-ci.unip.edu.ar/handle/10915/24671>.

- Rebelión.org. (2010). Entrevista a Sebastián Vázquez en el foro Social Mundial. Recuperado de <http://www.rebelion.org/noticia.php?Id=99734>.
- Stallman, R. (2002). *Free software, free society: selected essays of Richard M. Stallman*. Boston: GNU Press.
- UNESCO (1982). *Declaración de México sobre las Políticas Culturales*. Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales, México, D.F. 26 de julio-6 de agosto de 1982. Disponible en: http://portal.unesco.org/culture/es/files/35197/11919413801mexico_sp.pdf/mexico_sp.pdf.
- Uranga, W. (2002). Gestionar desde la comunicación-gestionar procesos comunicacionales. *Revista Oficios Terrestres*.
- _____. (2001). Una propuesta académica con la mirada puesta en las prácticas sociales. En PLANGESCO. Documento curricular y plan de estudios. La Plata, Argentina: FPYCS, UNLP.
- Williams, R. (1992). Tecnologías de la comunicación e instituciones sociales. Historia de la Comunicación, Vol. 2, *De la imprenta a nuestros días*. Barcelona, España: Bosch Casa Editorial, S.A.
- _____. (2000). *Marxismo y Literatura*. Barcelona: Península.
- _____. (2000a). *Palabras clave. Un vocabulario de la cultura y la sociedad*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Nueva Visión.
- Winocur, R. (2006). Internet en la vida cotidiana de los jóvenes. *Revista Mexicana de Sociología*, 68(3). México: Universidad Autónoma de México.

Páginas web consultadas

- <http://www.rebelion.org>.
- <http://creativecommons.org/licenses/>.
- <http://feriadellibroindependiente.blogspot.com.ar/>.
- <http://fmlatribu.com/>. ☼

INTRODUCCIÓN

Es común encontrar trabajos académicos con una amplia problematización y extensos marcos teóricos, pero que, apresurándose a llegar a las conclusiones y reflexiones finales, presentan una escueta explicación del método y las técnicas utilizadas, sin ahondar en los pormenores del diseño y su aplicación.

La falta de atención en la metodología dificulta el avance en la producción de conocimiento y evita la discusión sobre el quehacer académico y de la investigación. Por consiguiente, es necesario promover el diálogo metodológico en las publicaciones de divulgación científica y en foros especializados. Esto se vuelve especialmente importante cuando se trata de objetos de estudio novedosos o complejos que requieren nuevos enfoques y abordajes, a veces por su naturaleza interdisciplinaria o por la utilización de medios o soportes demasiado recientes y fluctuantes.

Tal es el caso de la Internet; se pueden hallar a menudo teorías y métodos, o bien tematizaciones, tendencias o cartografías,

¹ Maestro en Investigaciones Sociales y Humanísticas por la UAA. Profesor de asignatura del Departamento de Comunicación de la UAA y colaborador en las Unidades de Iniciación Artística del Instituto Municipal Aguascalentense para la Cultura (IMAC). fonsvic@yahoo.com.

pero pocos casos empíricos que analicen el discurso en la red. Si a esto aunamos una perspectiva disciplinar poco explorada —el cruce de la religión y los medios— y actores sociales prácticamente ausentes en los estudios culturales latinoamericanos, como los Hare Krishna y los movimientos espirituales contemporáneos, nos encontramos con un objeto de investigación difícil de aprehender.

Es por ello que este artículo se propone describir el método del análisis crítico del discurso (Wodak y Meyer, 2010), con su variante del análisis dispositivo (Jäger y Maier, en Wodak y Meyer, 2010) y su aplicación en un caso concreto, producto de una tesis de maestría realizada: el discurso de los Hare Krishna en sus sitios oficiales de Internet en idioma español. De esta forma, se ofrece un estudio empírico que descansa en tres ejes: hipermedia, visualidad y discurso. Estos ejes se manifiestan de manera paralela en la red, pero con una finalidad heurística se han separado las categorías de análisis en dos niveles, uno descriptivo, para detallar las características formales de las interfaces web; y otro discursivo, donde se desvela el fondo simbólico y significativo del discurso con énfasis en las imágenes visuales.

No pretendo tener la última palabra en el análisis del discurso, ni sugiero un método omnifuncional para Internet, sino que abro el terreno a la experimentación y prueba de nuevas categorías conceptuales y discursivas, que puedan ser útiles para ciertas aplicaciones y que necesariamente deben estar en un constante proceso de revisión. Por otra parte, se abona en la conversación sobre los movimientos espirituales contemporáneos, a la vez que tiendo puentes entre disciplinas, actualizando el papel de la comunicación y los estudios visuales en los fenómenos religiosos desde una visión sociocultural.

Empezaré por definir las unidades de análisis, los sitios oficiales Hare Krishna en la Internet. Escogí este colectivo religioso para ejemplificar cómo un grupo culturalmente minoritario se apropia de las tecnologías de información y comunicación para difundir su proyecto, posicionarse en el espacio interpretativo y retar a las instituciones hegemónicas de la modernidad.

LOS SITIOS WEB HARE KRISHNA

La Sociedad Internacional para la Conciencia de Krishna (ISKCON), comúnmente conocida como el movimiento Hare Krishna, se funda en Nueva York en 1966, con el propósito de propagar el conocimiento

contenido en los antiguos textos de los Vedas² y enseñar la práctica del bhakti-yoga o el proceso espiritual a través del servicio devocional. Aunque en sus inicios ISKCON fue catalogado dentro de los Nuevos Movimientos Religiosos, esta denominación me parece inadecuada debido a que engloba a movimientos de naturalezas muy diferentes. En cambio, algunos académicos lo consideran un trasplante religioso de la tradición hinduista (Zeller, 2012). Pero creo conveniente utilizar la autodescripción ofrecida por los Hare Krishna. En esta lógica, ellos se definen a sí mismos como practicantes de bhakti-yoga.

Cuando las personas adoptan el bhakti y el modo de vida Hare Krishna, se convierten en extranjeros en su propio país: su filosofía, iconografía, su forma de vestir, actuar y hablar es inconfundiblemente extraña. Los extranjeros no son sólo una presencia ajena de otro país o territorio, sino también entidades culturales que desafían el orden establecido y la noción de identidad, sea étnica, social o religiosa.

La intensificación del ambiente mediático y la movilidad de personas entre países han hecho inevitable el contacto con otras fes y estilos de vida, lo que permite diferentes posibilidades en la concepción y práctica de sistemas de creencias e identidades religiosas, además de aquellas relacionadas sólo con la tradición religiosa en la que una persona nace (Appadurai, 1998). En la sociedad red (Castells, 2002) la lógica de la circulación de las creencias se transforma, trascendiendo los límites de tiempo y espacio, dando lugar a múltiples posibilidades de acceso a las creencias antiguas y contemporáneas, así como a la capacidad de asociarse a ellas sin tener en cuenta su institucionalización formal o la comunidad anclada en un territorio. De esta manera, los Hare Krishna han proliferado en los países occidentales, introduciendo un nuevo paquete de creencias, símbolos, prácticas sociales y espirituales.

A principios de los años noventa, los Hare Krishna lanzaron varios proyectos de Internet, incluyendo Krishna.com, ISKCON.com y sitios web oficiales para las sedes de cada país. Aunque la web no es el único medio que utilizan, ciertamente es un elemento clave para la difusión de su propuesta. Ahora que los krishnas están apropiándose de los medios digitales, administran sitios web y participan en las redes sociales, nos preguntamos ¿qué características tienen sus portales?,

² Los *Vedas* son un conjunto de himnos, cantos, códigos, historias y descripciones tanto del mundo material como espiritual. Fueron escritos en la India en idioma sánscrito entre los años 4000 y 2500 a.C. y se consideran los textos fundamentales de la religión hinduista.

¿cuáles son sus prácticas comunicativas en la Internet? y ¿cuál es el discurso que enuncian sobre su propuesta y posición en la lucha por el espacio interpretativo, en el contexto de los movimientos espirituales contemporáneos?

SELECCIÓN DEL CORPUS

Para responder a estas incógnitas, construí un corpus para realizar el trabajo empírico. La selección se hizo a partir del buscador Google, con las principales páginas Hare Krishna en español. Dado el escaso número de sitios oficiales latinos, se escogieron cinco que se revisaron por un período de tres meses, durante los cuales se llevó a cabo el análisis del discurso y se alcanzó el punto de saturación al no obtener información nueva o diferente.

Los sitios fueron clasificados de la siguiente manera: a) sitios web oficiales de ISKCON y b) sitios *web* oficiales de otras misiones Hare Krishna. Se escogieron tres sitios de ISKCON por ser la asociación más numerosa en sus versiones de los países hispanoparlantes donde tienen más presencia (Argentina, España y México, en orden alfabético). Aparecen otras dos misiones Hare Krishna: Vrinda y Sri Chaitanya Saraswat Math (SCSM), que junto con ISKCON ostentan la mayor cantidad de adherentes en Latinoamérica, para poder comparar diferencias y similitudes dentro del movimiento internacional.

La razón de la selección de los sitios web oficiales y no los personales, ya sean de simpatizantes o detractores, se debe a que se busca el punto de vista institucional que responda a los intereses colectivos de los Hare Krishna y no a intereses particulares o a la visión individual de algún devoto o ciudadano común. Una vez establecido el objeto de estudio, se puede acceder a la sección metodológica, pero antes debo elucidar algunos elementos básicos de la teoría del discurso para poder entender las bases y el funcionamiento del método utilizado.

EL ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO

El hombre se comunica mediante la construcción de significados y sentidos compartidos a través de los diferentes tipos de códigos y lenguajes. El lenguaje se conforma no sólo de palabras, sino de cualquier sonido, imagen u objeto que funciona como un signo y que se organiza con otros signos en un sistema que es capaz de llevar y expresar signi-

ficado (Hall, 2002). Cuando el lenguaje se ordena en unidades discursivas mayores se le puede llamar texto o discurso. A partir de la trama y el análisis estructural de los textos puede inferirse el mundo y la identidad personal: la narratividad y la temporalidad de la historia, el relato y la poesía nos llevan en lo posible a lo esencial o universal (Ricoeur, 1999).

Foucault (2002) también cambió el enfoque del lenguaje al discurso, como la producción de conocimiento a través de las prácticas. Según este autor las actividades humanas son significativas porque se basan en el pensamiento y la conciencia, es decir en nuestro conocimiento. El conocimiento o los saberes están firmemente conectados a relaciones de poder en complejos de poder/conocimiento. Cuando hablamos de conocimiento nos referimos a:

[...] todo tipo de contenidos que conforman una conciencia humana, o en otras palabras, todos los tipos de significados que la gente usa para interpretar y moldear su entorno. La gente deriva este conocimiento de los entornos discursivos en los que nacen y se desenvuelven a lo largo de su vida. El conocimiento es por lo tanto condicional, su validez depende de la ubicación de la gente en la historia, geografía, relaciones de clase, etc. (Wodak y Meyer, 2010: 34).

Para Wodak y Meyer (2010), el discurso es socialmente constitutivo y condicionado. Ayuda a mantener y reproducir el *status quo* social y contribuye a transformarlo. Los discursos institucionalizan y regulan la manera de hablar, pensar y actuar y por lo tanto ejercen poder, entendiendo el poder a la manera de Foucault (2002) como una serie de mecanismos particulares, definitorios y definidos que son capaces de inducir conductas o discursos.

Es esta capacidad de desentrañar los mecanismos del poder lo que le da fuerza al análisis de discurso. Karam (2005) afirma que el análisis del discurso es una metodología, incluye un conjunto de procedimientos sobre un cuerpo previamente delimitado y sobre el cual se experimentan aplicaciones conceptuales o herramientas de interpretación. Uno de sus objetivos más importantes consiste en develar, describir y comprender los efectos y modos en la producción social del sentido. Es un proceso en el que es necesario analizar al mismo tiempo un cuerpo de prácticas comunicativas y sus relaciones con los procesos de producción-distribución e interpretación.

En el análisis del discurso no sólo preguntamos por textos (escritos, orales), sino por otros fenómenos de la cultura que nos llaman la

atención. Los discursos no sólo reflejan la realidad, sino que la configuran: “sin discursos no habría realidad social” (Wodak y Meyer, 2010: 36). Según Foucault (2002) la episteme es el estado del conocimiento en un momento dado; cada época y cultura en particular contienen un régimen de verdad y una formación discursiva que moldea la conciencia y constituye sujetos individuales y colectivos. De esta manera, los Hare Krishna como sujetos son producidos dentro de su discurso y al propagar sus creencias religiosas en la Internet están operando dentro de los límites de la episteme.

De acuerdo con Bourdieu (1990), el campo religioso tiene su lógica específica, es un tipo de mercado competitivo en el que se emplean y despliegan varios tipos de capital. Toda religión posee un capital cultural, simbólico y social. La religión se convierte en un producto que podemos consumir para readquirir y ajustar sentido en nuestra vida. De ahí, la religión con mayor capital se convierte en hegemónica, implantando su ideología. En el caso Hare Krishna, es primordial encontrar los complejos de poder/conocimiento para entender su posición en el campo religioso, su influencia y relaciones con otras instituciones, incluyendo las que ostentan la hegemonía.

Elegí el método del análisis crítico del discurso (ACD) porque es capaz de dar cuenta de la conexión entre el poder y el conocimiento. El ACD es un instrumento potente de análisis ya que despliega la naturaleza discursiva del cambio social y cultural contemporáneo, del que mi objeto de estudio es parte. Además, permite analizar el discurso en tres conceptos básicos: poder, ideología y crítica. Este tipo de análisis del discurso se interesa en estudiar fenómenos sociales que son complejos y requieren un enfoque multidisciplinario y multimetódico; este método proporciona una técnica de interpretación que se amolda a varios medios, en especial la Internet.

Dentro de las variantes del ACD se encuentra el análisis dispositivo (DA).³ Siegfried Jäger y Florentine Maier han desarrollado este método centrado entre una perspectiva inductiva, detallada de casos de estudio y una perspectiva general deductiva. Se encuentra a la mitad entre la agencia (acción) y la estructura y tiene un alcance a la vez amplio y detallado de operacionalización lingüística. Hay que señalar que con dispositivos no nos referimos a aparatos tecnológicos, sino

³ Por sus siglas en inglés. En este estudio se abreviará como DA y no como AD para evitar confundirlo con el Análisis de Discurso.

a mecanismos sociales que sintetizan la interacción de las prácticas discursivas (textos), las prácticas no discursivas (acciones) y las materializaciones (objetos, construcciones y productos creados a partir de la acción humana). Los dispositivos se basan en las ideas de Foucault (2002) acerca del discurso, ya que como proceso éste determina la acción humana, y la acción crea a su vez materializaciones.

Para mí, el movimiento Hare Krishna asume la función de un dispositivo, pero en esta investigación me ocupó sólo del conocimiento en sus prácticas discursivas, específicamente en la Internet, que como se ha mencionado, además de conformarse de textos, se enriquece con elementos audiovisuales; y dejo a un lado las prácticas no discursivas y las materializaciones, ya que por el momento, no pretendo estudiar sus acciones presenciales ni su cultura material. Según el DA, todo dispositivo está conectado con dispositivos más generales en la sociedad. Así, el dispositivo Hare Krishna forma parte del dispositivo de religiones orientales, que a su vez pertenece, en un nivel macro, al dispositivo religioso.

En el DA, las prácticas discursivas están constituidas por fragmentos del discurso y sus planos que forman hilos discursivos. La síntesis de los hilos da como resultado nudos del discurso y la posición discursiva global. Los fragmentos son unidades de significado que abonan al hilo discursivo. Cada fragmento es un texto o parte de un texto que trata de un tema particular. Una declaración donde varios discursos están enredados es llamado nudo discursivo. Los planos del discurso son ubicaciones sociales desde donde el habla toma lugar. Un plano del discurso consiste de varios sectores. Una posición del discurso describe la posición ideológica desde la cual los sujetos, grupos o instituciones participan y evalúan el discurso. Los hilos del discurso son los tópicos o temas del discurso, y éstos pueden contener, a su vez, varios subtópicos. Cada hilo o madeja tiene una dimensión diacrónica y sincrónica, se conciben en el nivel de enunciaciones concretas o actuaciones localizadas en la superficie de los textos.

Para la interpretación y el análisis fino de cada hilo discursivo, es necesario hacer una descripción de la organización de los sitios, y después identificar los significados retóricos y el contenido ideológico para llegar al mensaje total. Es decir, para alcanzar el nivel discursivo se debe comenzar por un nivel descriptivo. La teoría de la comunicación digital interactiva (CDI), propuesta por Scolari (2008), me permitió definir las categorías que describen los procesos entre los sujetos,

medios y lenguajes interconectados en la Internet, el soporte en el que se desenvuelve el discurso Hare Krishna.

LA COMUNICACIÓN DIGITAL INTERACTIVA

La Internet es un medio de comunicación digital con propiedades interactivas, un hipermedio que suma hipertexto y multimedia (Scolari, 2008). Las características de la CDI son la digitalización, reticularidad, hipertextualidad, multimedialidad e interactividad. Explicada brevemente, la digitalización se entiende como la transformación tecnológica, la conversión de datos análogos al código binario o digital; la reticularidad hace alusión a la configuración de productores/usuarios que tienen los medios digitales (muchos-a-muchos), a diferencia de los medios masivos como la radio o la televisión (uno a muchos); la hipertextualidad son las estructuras textuales no secuenciales, que rompen con la narrativa lineal de los textos tradicionales; con multimedialidad nos referimos a la convergencia de medios y lenguajes, a la inclusión de varios medios de comunicación dentro de uno solo; por último, la interactividad es la participación activa de los usuarios en el intercambio y producción de información.

Uno de los aspectos fundamentales de los sitios web es el uso extensivo de la visualidad. Si se consideran las imágenes como productoras de significado cultural, que contienen y despliegan plenamente una cuota de saber, además de materializar iconológicamente conceptos (Renaud, 2009), entonces los estudios visuales se vuelven una herramienta crucial en el análisis y decodificación de imágenes en la Internet.

LOS ESTUDIOS CULTURALES VISUALES

Los estudios visuales (Brea, 2005) identifican la imagen como su objeto de estudio –debido al desplazamiento de la cultura logocéntrica hacia lo visual– y abogan por el crecimiento de un campo de comprensión crítica que reconozca los procesos visuales como prácticas sociales efectivas.

El punto de partida de estos estudios es la convicción de que no existe una pureza fenoménica de lo visual y que todo ver es el resultado de una construcción cultural. Hay un carácter condicionado, construido y cultural –y por lo tanto, políticamente connotado– de los

actos de ver que implica todo el amplio repertorio de modos de hacer relacionados con el ver y ser visto.

Por lo tanto, hay un interés específico en los procesos de subjetivación, es decir, cómo el individuo se construye con sus apropiaciones de imagen, a partir de formas de imaginario capaces de ser investidas con fuerza de significado, con potencia de producir simbolicidad cultural. Al mismo tiempo la subjetivación tiene consecuencias colectivas y globales, dado que el proceso de la construcción identitaria se realiza en un ámbito socializado, comunitario. Tales producciones funcionan además políticamente en relación con el propio ejercicio de ver.

Los imaginarios culturales se vuelven políticamente activos, contrahegemónicos de todo orden: género, raza, etnia, religiones, creencias o intereses compartidos de cualquier índole. Este punto es significativo sobre los Hare Krishna, ya que a través de las creencias espirituales se cuestiona (y amenaza) la hegemonía religiosa que imponen sus valores e ideología. Coincido con Brea (2005) en que el reto consiste en que el desarrollo de ese proceso se decante de la manera más democratizada posible, con el menor grado de hegemonía y dominancia de una formación en exclusión de otras.

En los estudios visuales, la imagen es una compleja interrelación entre visualidad, sistemas, instituciones, discurso, cuerpos y figurabilidad que constituye la construcción visual de lo social. La visualidad impacta claramente en la conformación del orden político y social que opera globalmente a través de las tecnologías de información y comunicación, en el que las imágenes son medios activos en los procesos culturales. Sobre la función política de las imágenes, autores como Mirzoeff (2003) conciben los estudios visuales en términos de análisis del mensaje de los artefactos visuales más que de su medio, poniendo interés por encima de todo en las funciones culturales y políticas de las imágenes en situaciones sociales, es decir, el propósito que tienen y su potencial ideológico.

Uniando los ejes analíticos de la hipermedia, la visualidad y el análisis del discurso procedimos a diseñar una técnica de recopilación de información en los sitios web.

TÉCNICA DE ANÁLISIS DE DATOS

Se diseñaron tres matrices de análisis para aplicarse al corpus. La primera, para el nivel descriptivo, incluye las categorías de la comunica-

ción digital interactiva. La segunda, destinada al nivel discursivo, contempla los tipos de discurso –sobre todo el visual– disponibles en las páginas; y la tercera, de carácter global, suma las categorías del ACD a las categorías de las dos matrices anteriores. Estas matrices ayudaron a visibilizar las prácticas comunicativas y desarrollar un instrumento y método de análisis propio de Internet que funcione para desentrañar las relaciones entre el conocimiento y el poder dentro de un cuerpo discursivo en la red.

En la primera matriz se colocaron, por un lado, las partes de la página web: fondo, *header*, menú de navegación, barra lateral, columna central y pie de página; por el otro se encuentran las categorías de hipertextualidad, multimedialidad e interactividad, que incorporan las funciones del sistema Web 2.0 como formularios de comentarios y correo electrónico, reproductores de audio y video, etcétera.

En la matriz de los tipos de discursos, se observó que no era posible estudiar el discurso visual, audiovisual y textual en sólo una parte específica de la página –por ejemplo, la columna lateral o el pie de página– sino que se tenía que tomar en cuenta una estructura mayor, una sección completa. Por lo que se decidió ubicar estos discursos no en las partes de la página sino en cada sección del sitio, de esta manera se amplía el registro discursivo y se evita caer en análisis microscópicos innecesarios.

Cuando se construyó la tercera matriz, que operacionaliza las categorías del ACD, noté que carecía de un soporte o estructura para llevar a cabo el análisis dentro de la web, ya que los fragmentos, hilos y nudos discursivos se encuentran entrelazados a lo largo de todo el sitio, y están relacionados intrínsecamente con los tipos de discursos y las modalidades hipermedia. No era posible, entonces, desligarlos de estos elementos. El análisis dispositivo aplicado a la Internet debe imbricar todos los ítems previos para llegar al mensaje o discurso total. De tal suerte que las categorías del ACD no se obtienen de analizar una parte de la página o sección del sitio, sino que involucran una mirada global.

El resultado es una matriz que refleja la interrelación de todas las categorías y visibiliza el hecho de que en realidad, todos estos niveles y dimensiones operan simultáneamente.

RESULTADOS

Después de revisar los cinco sitios del corpus pude reconocer sus propiedades y pautas generales en el plano morfológico y discursivo. Enseguida haré un breve recuento de los resultados obtenidos. Empezando por el nivel descriptivo, encontré que los sitios no tienen *banners* ni publicidad externa, todo el contenido es de las propias instituciones. Hay una rica variedad dentro del material visual, audiovisual y textual, pero la actualización de la información es deficiente.

El análisis de las cualidades hipermedia reveló varios errores de gramática hipertextual: la estructura de algunos sitios es confusa, hay secciones duplicadas y no hay precisión en los comandos, muchos hipervínculos no funcionan o son incorrectos, es decir, que no conducen al apartado que anuncian. Algunas páginas carecen de consistencia en el diseño web, a pesar de pertenecer al mismo sitio. El código y la estructura de algunas secciones no son uniformes. Visualmente, sus interfaces son diferentes dando la impresión de estar en un portal distinto.

En el aspecto multimedia, los recursos auditivos son desaprovechados, a pesar de contar con las capacidades tecnológicas, no hay reproductores de audio para escuchar el mantra, elemento esencial de su retórica. La convergencia de medios no se llega a concretar satisfactoriamente, debido a que los programas de radio y televisión virtual aparecen *offline*. En vez de subir su propio material audiovisual, se apoyan en las principales redes sociales y portales de vídeos. Existen muchos formularios para la retroalimentación con los usuarios, sin embargo, hay una total ausencia de comentarios. Lo que se traduce en un serio problema de interactividad, que diagnostica una falta de apertura al diálogo.

Entrando al nivel discursivo, se identificaron primero los fragmentos del discurso. Tenemos, por ejemplo, la flor de loto, las imágenes de Krishna, así como los fondos coloridos o los platillos vegetarianos y festivos. Algunos fragmentos, como la figura del gurú, los devotos o el logotipo apuntan hacia la estructura institucional de las misiones y la gestión de autoridad y liderazgo. Otros fragmentos se enfocan más hacia la práctica del *bhakti-yoga* y el trasfondo ideológico y filosófico, como los libros y los textos en sánscrito. Algunos más acentúan el estilo de vida de los devotos y la cotidianidad; otros, sus políticas sobre la organización social, el medio ambiente y la salud. A partir de estos fragmentos, se van delineando los hilos del discurso.

Los fondos coloridos, las estructuras simétricas y regulares de los sitios se conjugan con las imágenes del loto y de Krishna para proporcionarnos un primer hilo discursivo con la idea de la belleza como paradigma de la espiritualidad. Si a esto se agregan los templos, fiestas y banquetes, se tiene otro hilo sobre el placer y el goce asociado a las prácticas espirituales, arrojando como nudo discursivo la prolongación de la belleza a la esfera material e institucional, además de que la implantación de imágenes Krishna funciona como estrategia transculturizadora (Imagen 1).

Uno de los hilos más fuertes es producto de la relación del gurú con la imagen de Krishna que resulta en la personalidad de la máxima autoridad: un líder carismático, al que se le debe respeto y veneración similares a la divinidad (Imagen 2). El gurú como figura de poder es sustentado por el sistema védico de la sucesión discipular y se legitima con la transmisión de conocimiento a través de prácticas presenciales (impartir clases, charlas y conferencias), textuales (escribir e interpretar los textos védicos) y rituales (dar iniciaciones, *bhakti-yoga*). El liderazgo, en todos los tipos de prácticas (discursivas, no discursivas, materializaciones), es ejercido principalmente a partir de la visualidad con la proliferación de imágenes dedicadas a los maestros espirituales. De ahí se obtienen dos nudos fundamentales: la práctica del bhakti se vuelve inseparable del gurú y de la institución, y la aparición de una estructura vertical entre gurú y devotos, siguiendo un modelo tradicional y conservador.



Imagen 1. Página oficial de ISKCON España.
Fuente: www.harekrishna.es.

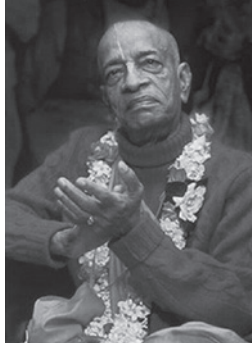


Imagen 2. Srila Prabhupada, fundador de ISKCON. Sitio web de ISKCON Argentina.
Fuente: <http://iskcon.org.ar/?p=158>.

Al ligar el proceso de Conciencia de Krishna a los libros de conocimiento védico se obtiene el hilo de la Ciencia espiritual, aquélla que al contrario del conocimiento materialista, evolucionista y progresista, insiste en una preservación e inmutabilidad de los saberes relacionados con el alma y su fuente original, la materia espiritual. Esta sabiduría sólo puede ser genuina si emana de los textos védicos, dictados por la divinidad y autenticada por sus más íntimos asociados, los gurús. Por ello, se extrae como nudo que la ciencia espiritual se opone a la tecnociencia como vía de conocimiento.

Otro hilo es el *bhakti* como una práctica urbana cotidiana, esto significa que hay una prolongación de las prácticas espirituales del templo al ámbito cotidiano en el interior de las ciudades. La vida espiritual se convierte en un ritual periódico, en comunidad, donde se comparte el canto (*kirtan*), el baile y el alimento ceremonial o *prasadam* (ver imagen 3). Aunque estas prácticas tengan lugar dentro del medio urbano no significa que éste sea considerado el más propicio, por eso los Hare Krishna elaboran un complejo discurso acerca del regreso a la naturaleza, a las condiciones originales del hombre, alrededor del mito de la edad de oro: un pasado idealizado en el que se busca refugio. Este hallazgo lleva al nudo discursivo de la utopía de un proyecto de comunidad apegado al sistema védico: una comunidad libre de los efectos perniciosos de la modernidad y el capitalismo industrial. El prototipo de civilización anhelada es aquella que se describe en los textos védicos, es decir, se busca la refundación de la antigua cultura

védica, un sistema social que provee una estructura para organizar la sociedad de manera que los ciudadanos logren el avance espiritual, de acuerdo con su vocación y tendencias naturales.

En las secciones informativas de los sitios Krishna se proponen cuatro principios regulativos que norman la conducta y los valores morales de los individuos: el vegetarianismo, la no intoxicación, la prohibición de la actividad sexual fuera del matrimonio y de los juegos de azar; dando como resultado prácticas como el veganismo –el respeto hacia los animales sensibles mediante el no uso, ni consumo de productos animales (alimentos, ropa, medicinas)– y la negativa a consumir estimulantes, incluso legalizados como el café, el cigarro y el alcohol. El sistema védico, en este sentido, se opone radicalmente a la forma de vida moderna, en la que es generalizada la gratificación de los sentidos sin ninguna restricción. Igualmente, las prácticas Hare Krishna limitan la participación de sus miembros en la esfera social, evitando las topografías urbanas del entretenimiento como bares, antros, cafés, cines, casinos, burdeles, entre otros. Por lo tanto, el sistema védico es inductor de un modelo social diferente al de la norma occidental.



Imagen 3. Canto congregacional. Sitio *web* de Vrinda.

Fuente: <http://www.vrinda.mx/servicios/asramas/>.

Se mantiene un plano de igualdad no sólo entre los hombres sino entre las diversas religiones y creencias, todos los caminos son válidos hacia el Supremo. Sin embargo, como se ha visto, esta aparente igualdad funciona como un medio de equidad política al restar –en la ideología y la práctica– poder a la tradición religiosa hegemónica,

en el caso de México, el catolicismo. Al mismo tiempo, construye una imagen tolerante y pluralista de la institución Krishna, que le permite valerse incluso de los canales y medios ideológicos ya establecidos por la Iglesia Católica (como la Biblia o el peregrinaje del Camino de Santiago) para utilizarlos con fines propios.

Advertí un último nudo discursivo sobre la existencia de una guerra simbólica entre las instituciones religiosas por la influencia y el control sobre las conciencias que opera no de una manera violenta (por ejemplo, el terrorismo), sino que la lucha contra la hegemonía es librada a través de los imaginarios y las narrativas. No se basa en la crítica o la descalificación de otras doctrinas, sino en la fuerza y la retórica de sus relatos, en su tradición, en la potencia mítica-simbólica de su proyecto, que sustenta a la institución –ya fuertemente arraigada en la India– y que le permite competir con el catolicismo para atraer fieles.

Se debe recordar que el movimiento Hare Krishna no está constituido por un solo grupo, sino por varias misiones; y con el ACD se descubrieron matices en sus tipos de narrativas. En ISKCON predomina la narrativa utópica que aboga por el regreso a la edad de oro y a lo natural, pero con algunos tintes conservadores (estructuras verticales en la institución) y activistas (promoción de vegetarianismo, clases y cuidado psicológico). La misión SCSM es la más conservadora y tradicionalista debido a que excluye sistemáticamente en su discurso visual y textual todo lo moderno, occidental o multicultural, estableciendo como programa de acción una fuerte dependencia en las escrituras religiosas y los valores védicos.

Vrinda es la misión con una mayor tendencia al activismo, al mantener una gran vinculación con la sociedad, ofreciendo diversos servicios a la comunidad como médicos conscientes, bioferias e invitaciones abiertas y gratuitas a sus festivales, presentando y humanizando al personal que vive y labora en sus centros; y sobre todo a través de un manifiesto que invita a la acción ciudadana, en la que se aboga por la ecología, los derechos humanos y de los animales, apoyando incluso reformas legislativas (“Toda promoción –como publicidad por televisión, prensa, etcétera– de estos elementos destructivos para la sociedad humana debe ser prohibida por la ley”). Sin embargo, las tres misiones exhiben rasgos antidemocráticos al no permitir ningún tipo de retroalimentación por parte de los usuarios, al menos en sus sitios web.

A pesar de que la modernidad declara obsoletas las visiones globalizantes de la sociedad o metarrelatos, asistimos al resurgimiento y

revaloración de las instituciones religiosas. El metarrelato Krishna reactualiza el conocimiento védico a través de sus imágenes. Desde una perspectiva transcultural, que identifica el poder como motor de las representaciones visuales, lo visual Krishna connota jerarquías de clase, género e identidad sexual y racial. En su condición postcolonial, el Hare Krishna deja de lado el eurocentrismo de la imagen del hombre blanco, heterosexual y de la imagen religiosa antropomórfica y figurativa. Propone a su vez, una imagen multicultural, multirracial y plural: devotos de todas las razas y nacionalidades, igualdad de género entre hombres y mujeres, exceptuando quizá, la autoridad del gurú que conserva un sistema patriarcal. En cuanto a su imagen religiosa, aunque figurativa, es en varios casos polimórfica (Imagen 4).



Imagen 4. La divinidad polimórfica. Sitio oficial de la misión Vrinda.
 Fuente: <http://www.vrinda.mx/2012/05/nrisimha-caturdasi-2012-viernes-4-de-mayo-2012/>.

La globalización apunta hacia movimientos desterritorializados, transnacionales e híbridos. La resistencia Krishna a la modernidad empieza a ceder frente a las dinámicas globales y la tendencia demo-

cratizadora. Se percibe una transición de un conservadurismo a prácticas religiosas más plurales. La plataforma de la Internet y las tecnologías de información y comunicación, con su acceso libre y herramientas creativas, está imbuido por un sentido horizontal y democrático, por lo que a partir de la misma estructura tecnológica se revolucionan las prácticas comunicativas del movimiento forzando cambios en su discurso.

El Hare Krishna es un discurso de resistencia contra las hegemonías religiosas, económicas y políticas. El camino del bhakti establece nuevas (y a la vez tradicionales) configuraciones espirituales, sociales, ecológicas y éticas; nuevas relaciones con el cuerpo y la subjetividad, en resumen una forma diferente de hacer comunidad en la cotidianidad. Erige un nuevo régimen visual simbólico para transmitir el conocimiento védico, promueve prácticas religiosas y culturales alternativas, orienta políticas de consumo o no consumo; favorece otros modelos estéticos y artísticos, modifica hábitos alimenticios y sanitarios. Gracias al método mixto que hemos compartido, podemos comprender el proyecto Krishna en Occidente, impulsado en gran parte por su riqueza visual y discursiva.

CONCLUSIONES

Con estas últimas ideas cierro el recorrido por los sitios web Hare Krishna. He presentado una mirada crítica del movimiento, que articula identidad cultural, interconexión global y política multidimensional, como proponía Castells (2002). El análisis dispositivo y los estudios visuales han permitido conocer los pormenores de su narrativa utópica. El cruce entre la religión y la comunicación enseña una porción diferente de la realidad social, poco estudiada hasta ahora. Sin duda, queda mucho camino por recorrer en este sentido, al igual que en las aplicaciones del ACD. En la descripción de los sitios *web*, se han distinguido los aspectos técnicos que hacen que una página funcione mejor, y de esa manera valorar las interfaces como plataformas discursivas que en su aspecto formal, encubren significaciones de fondo más profundas.

El ACD ha provisto de una herramienta válida, sin duda muy útil para investigar los sitios *web*. La segmentación del discurso en fragmentos, hilos y nudos discursivos es una manera coherente de organizar la información y proporciona una técnica de fácil visualización y obtención de resultados.

Sin embargo su implementación deja ver también sus limitaciones. El ACD revela la necesidad de aliarse con otras técnicas descriptivas, como el análisis hipermedia de la comunicación digital interactiva –para observar las peculiaridades formales, morfológicas de los sitios– y complementarse con categorías interpretativas más ricas, como la sociología de la religión y los estudios culturales visuales, que fueron clave para construir un marco de análisis y de interpretación amplio y multifacético.

Como lo constatan los ensayos y errores de las matrices de análisis que condujeron a la construcción de una matriz global, es imprescindible considerar sus categorías como dimensiones simultáneas e interrelacionadas. El análisis de la Internet tendrá que incorporar necesariamente una perspectiva interdisciplinar, transcampal, transpolítica y multidimensional para abordar los fenómenos cada vez más complejos de la modernidad.

REFERENCIAS

- Appadurai, A. (1998). *Modernity at large. Cultural dimensions of globalization*. Minnesota, EUA: University of Minnesota Press.
- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y cultura*. México: Grijalbo/CONACULTA.
- Brea, J.L. (2005). *Estudios visuales. La epistemología de la visualidad en la era de la globalización*. Madrid, España: Akal ediciones.
- Castells, M. (2002). *La era de la información*. Barcelona, España: Siglo XXI editores.
- Foucault, M. (2002). *La arqueología del saber*. Barcelona, España: Siglo XXI editores.
- Hall, S. (2002). *Representation. Cultural representations and signifying practices*. Londres: Sage.
- Karam, T. (2005). Una introducción al estudio del discurso y al análisis del discurso. *Global media journal edición iberoamericana*, 2(3), 34-50.
- Mirzoeff, N. (2003). *Una introducción a la cultura visual*. Barcelona, España: Paidós.
- Renaud, A. (2009). Comprender la imagen hoy. Nuevas Imágenes, nuevo régimen de lo visible, nuevo imaginario. *Señas y Reseñas*. Recuperado el 15 abril de 2012 de <http://www.centroestudiosvisuales.cl>.
- Ricoeur, P. (1999). *Historia y narrativa*. Barcelona, España: Paidós.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones*. Barcelona, España: Gedisa.

Wodak, R. y Meyer, M. (2010). *Methods of critical discourse analysis*. Londres: Sage.

Zeller, B. (2012). Historical perspectives. *Patheos library*. Recuperado el 6 de junio de 2012 de [http://www.patheos.com/Library/ISKCON-\(Hare-Krishna\)/Origins/Historical-Perspectives?offset=1&max=1](http://www.patheos.com/Library/ISKCON-(Hare-Krishna)/Origins/Historical-Perspectives?offset=1&max=1). ❁

*Dos indígenas paseando
en Saint Palais: lectura e interpretación
de la imagen en contextos dislocados*

CITLALLI GONZÁLEZ PONCE¹

*Mirar no es recibir, sino ordenar lo visible,
organizar la experiencia.*
Regis Debray

*Los mundos de la fotografía
y lo visual son áreas seguras de anestesia.*
Marshall McLuhan

INTRODUCCIÓN

Nuestras sociedades hoy son sociedades visuales, la imagen nos rodea siempre, en múltiples soportes y de variadas maneras. Difícilmente se puede hablar de algo sin tener claramente una imagen de ello, ante lo desconocido salta el cuestionamiento, ¿cómo se ve?, ¿a qué se parece?

Con la entrada de la industria fotográfica se dio inicio a una proliferación de imágenes en la civilización occidental que no ha terminado. La imagen aparece como presencia de una ausencia

¹ Maestra en Comunicación por la Universidad de Guadalajara y actualmente estudiante del Doctorado en Ciencias Sociales de la U de G. Becaria del Programa Jóvenes Creadores del Fondo Nacional para la Cultura y las Artes (FONCA), asistente de investigación en la UAA y profesora de talleres de fotografía para niños. citlalligonalez@live.com.

y esto trajo consigo la transformación de la percepción de los sujetos (Zires, 2001).

En este sentido, la fotografía puso en marcha la imagen más que cualquier otro medio hasta entonces conocido, a partir de ella, se desarrollaron los medios portadores de imágenes que conocemos ahora y que nos han formado la imagen del mundo en que vivimos: “La fotografía ha sido el punto de partida de los *mass media* que hoy desempeñan una función todopoderosa como medio de comunicación. Sin ella, no hubiera existido ni el cine ni la televisión” (Freund, 2001: 187).

Sin embargo, la fotografía ha sido estudiada poco en el campo de la comunicación en México (González, 2009), en cuanto a estudios visuales se refiere, se estudia la televisión, las revistas, el cine pero el trabajo realizado en torno a la fotografía es mínimo.

Actualmente, la imagen es omnipresente, por ello considero pertinente y necesario su estudio. Las nuevas generaciones nacieron en esta vorágine visual, no conocen un mundo diferente al de la imagen, sus formas de socialización, de aprendizaje y de recreación son visuales, motivo por el que me parece imperante el trabajo relacionado con la imagen y los contextos comunicativos en edades tempranas.

La investigación en fotografía es necesaria, pues todas las imágenes que nos rodean han derivado directamente de ésta. Regresar a los orígenes, analizarla y comprender su naturaleza nos llevará a poder cuestionarla adecuadamente para que entonces la imagen fotográfica revele su “galaxia de significados”² (Corona, 2011a), y así, con luz en el camino, abonar a otros fenómenos relacionados con la visualidad.

Este trabajo se desprende de una investigación previa (González, 2010) ubicada en dos contextos comunicativos distintos: la capital del estado de Aguascalientes en el centro de la República Mexicana, ciudad homónima en la que habita aproximadamente 80 % de la población total del estado,³ con una gran afluencia de migrantes de otras entidades y un regular crecimiento económico sustentado en el desarrollo industrial y un fácil acceso a la educación, la cultura, la tecnología y los medios de información y comunicación. El otro, Ocumicho, un poblado michoacano de población predominantemente indígena, donde las comunicaciones son complicadas (para acceder al pueblo

² Corona utiliza el término para referirse a las imágenes en general, entre las que se encuentra la fotografía.

³ INEGI, II Censo de Población y Vivienda 2005.

sen transporte público sólo hay combis entre las 8:00 y las 18:00 hrs.), con un alto nivel de migración hacia los Estados Unidos y una fuerte tradición reconocida internacionalmente por la elaboración de artesanías, y con poco acceso a medios de comunicación diversificados (televisión por cable o satelital, Internet, revistas, entre otros).

En estos dos lugares exploré con niños⁴ en los procesos de percepción-interpretación-jerarquización durante el visionado de las imágenes fotográficas y me acercaron a lo que llamé lectura fotográfica. Entiendo a la fotografía como un discurso visual y a éste, como unidad de la comunicación en imágenes (Corona, 2009), por lo tanto, como una imagen que se lee, partiendo de la lectura en un sentido amplio que puede ser aplicado a distintos objetos de la cultura (De la Peza, 1993), no en el que hay un itinerario de la mirada, lo que conlleva a un orden para leer el mensaje del que todos los espectadores *descifran* lo mismo, sino que, en este caso, la fotografía es un mensaje, y por lo tanto, posee elementos que es necesario articular para que el espectador le dé un significado.

En esta articulación de significados juegan varios factores, por un lado, los conocimientos y experiencias previas de los lectores que están directamente relacionados con los contextos comunicativos y específicamente con el contexto visual en el que están inmersos; y por el otro, la imagen y sus contextos. Del Valle (1993) habla de la importancia de lo que denomina la polisemia de la imagen, que incluye el momento de su creación, tratamiento documental y reutilización, es decir, la vida de la imagen; sin ignorar este planteamiento, en el trabajo presente se toma en cuenta solamente el contexto de la imagen al momento de ser recibida.

Las fotografías son citas de las apariencias (Berger y Mohr, 1998). Al extraer esa cita se produce una discontinuidad, por ello, toda fotografía es ambigua, ya que irrumpe en el tiempo y revela un corte transversal del suceso que se producía. De este modo, un suceso se desarrolla en una línea de tiempo, la fotografía rompe ese desarrollo, capturando un momento. Cuando el observador se enfrenta a esa imagen, a esas “apariencias congeladas”, y les concede un pasado y un fu-

⁴ La edad de los niños oscilaba entre 11 y 12 años, cursaban el sexto grado de primaria en dos colegios, uno católico y otro laico, en el caso de Aguascalientes, y en las dos únicas escuelas en Ocumicho, ambas públicas.

turo que pueden elaborar una hipótesis para significar, de lo contrario es un instante inconexo que no tendrá sentido.

Berger y Mohr (1998) esquematizan esas apariencias en un círculo cuyo diámetro dependerá de la cantidad de información que se encuentre en las apariencias instantáneas del suceso. Este círculo aumenta en la medida en que el espectador tiene una relación con lo fotografiado, pues le permite otorgarle mayor significado. Hay fotografías excepcionales que citan tanta información que hacen crecer igualmente el diámetro aunque nos sean ajenas.

Es decir, el círculo crece ante una fotografía familiar, por ejemplo, el aniversario número 50 de un tío que invitó a toda la familia al festejo, realizado en el rancho de su esposa y para el cual contrató al más afamado estudio fotográfico de la ciudad para capturar las imágenes del recuerdo, de entre las cuales, seleccionó la que tomaron a toda la familia durante la comida para obsequiar copias a cada uno de los asistentes como agradecimiento por acompañarlo en el festejo.

La situación cambia al toparnos con una fotografía ubicada en la plana de un periódico que muestra una carretera vacía, después nos damos cuenta de que es la fotografía que acompaña una nota sobre el cierre de caminos por maestros del estado de Oaxaca, en protesta por la Reforma Educativa, o bien, encontramos en un bazar un retrato en blanco y negro de una mujer, al voltear la imagen leemos: "Con cariño, Mariela. Enero de 1950"; igualmente, después vemos otra que llama la atención por su alto contraste, es la imagen en blanco y negro de un campo, pero no sabemos nada más. Las lecturas que haremos de cada una de estas imágenes son muy diferentes, pues el diámetro del círculo de información que tenemos en cada caso cambia.

En la investigación precedente se buscó que la selección de fotografías mostrada a los niños fuera lo más diversa posible, se eligieron imágenes en color y blanco y negro, con distintos planos, publicitarias y artísticas, de paisajes, de animales, que incluyeran personas: niños, familias, personajes públicos, indígenas; de diversas situaciones: conciertos, festividades, deportivas. Las imágenes se mostraron sin ningún elemento que las acompañara, sin ficha técnica, sin texto, sin logos (en el caso de las publicitarias), buscando que no hubiera elementos que dieran pistas o sesgaran de alguna manera la lectura que elaboraban los niños.

Me interesó identificar si los niños, al momento de leer una fotografía, hacían algún tipo de asociación, es decir, si reconocían géneros

fotográficos, comprendidos como “estructura tipo” de la comunicación visual, si su asociación era sistemática o a qué criterios se atenía.

La ubicación de la imagen en géneros es necesaria (Bourdieu, 1979), pues ayuda a que el espectador de alguna manera justifique lo que está viendo, le dé un sentido y valor.

Para Bourdieu, los géneros fotográficos están conformados por la función social que desempeña la fotografía y en este sentido si la función que desempeña no es clara, más fácilmente el espectador la eliminará o no gustará de ella porque no comprende lo que ve y en general se produce un sentimiento de vulnerabilidad ante la incertidumbre que no es agradable.

De este modo, un género fotográfico refiere a las “prácticas intencionales reguladas e identificadas como tales por los creadores o los receptores” (Schaeffer, 2004: 16), sin embargo, el conflicto empieza si estas intenciones no son identificadas en todos los casos. Barthes (1986) explica que un hombre, al leer una fotografía, no ve sentimientos o valores eternos, sino el resultado de una sociedad y una historia determinada. Es decir, por un lado tenemos el origen mismo de la imagen, la historia de vida que trae consigo su autor, la situación técnica y social en que fue creada, además de su finalidad (vida de la imagen), y por otro, el entorno que rodea al lector de la imagen y la situación en que se encuentra con la fotografía, es decir, los contextos, es por ello que son un factor determinante para la lectura fotográfica.

Considero relevante atender a los contextos comunicativos, reconociéndolos como “el entorno de los grupos con respecto a las formas orales, escritas y en imágenes que se practican” (Corona, 2009: 19) y dentro de ellos, en el contexto visual, entendido como los diversos elementos visuales que consumen cotidianamente los niños en los espacios en que viven y las relaciones que al interior se establecen entre estos elementos, además de los conocimientos que los niños poseen precedentes de otras formas de percepción y abstracción.

Por otro lado, en este trabajo considero solamente el contexto físico de la fotografía comprendido como los factores y elementos circundantes que se adhieren a la imagen fotográfica y condicionan o predisponen su lectura al momento de su reutilización. Estos elementos que la acompañan añaden información que guía la forma de dar sentido cuando la encuentra el espectador.

Desde una perspectiva cultural-discursiva, organicé los resultados obtenidos en la investigación anterior bajo las cuatro lógicas (González, 2011) que aplicaron los niños al momento de enfrentarse a cada fotografía. Esta propuesta surge con apropiación del planteamiento de Bajtín (2008) en tanto a la comunicación dialógica de todo mensaje, en ella, la comunicación de cualquier tipo es posible gracias a la existencia de géneros discursivos (establecidos y conocidos por los integrantes de un grupo, lo que posibilita la comunicación) y de su unidad básica, el enunciado. Si esto es trasladado a la comunicación visual, entenderíamos que únicamente mediante géneros, en el caso de la fotografía, mediante géneros fotográficos, es posible el intercambio de significados.

Bajo este supuesto, cada fotografía es retomada como unidad de la comunicación visual, es decir, como un enunciado, dado que posee los rasgos que Bajtín establece para ellos, el primero, los límites internos, que se crean mediante la forma y el estilo, y el segundo, las fronteras establecidas.

Para Bajtín el estilo se manifiesta por la individualidad del autor y constituye las fronteras internas del enunciado; son ciertas características que el autor imprime a su obra que si bien la hacen partícipe de un género discursivo, la distinguen de otros que también forman parte de éste.

En el análisis articulado, el estilo del enunciado fotográfico se manifiesta a través de distintos elementos que contiene la imagen, perceptibles para los niños, y por tanto determinantes para realizar su lectura: la pose, la mirada, los planos, el vestuario, la iluminación y la tecnología.

El segundo rasgo de los enunciados son las fronteras establecidas en ellos, las cuales indica Bajtín (2008) están determinadas por el cambio de los sujetos discursivos, es decir, el enunciado tiene que estar completo para que se genere una respuesta, propiciando así este cambio de sujetos discursivos, cada enunciado es un eslabón que se va uniendo a la cadena infinita de la comunicación.

En una fotografía el autor elige un género fotográfico, expresa su idea mediante un estilo, influido por una gran tradición, fotográfica en particular y visual en general, que invariablemente se verá reflejada en su obra, generando así un enunciado visual que está fincado en todas las

elaboraciones previas y en corrientes o escuelas de las que abreva. Es decir, cumple con una serie de expectativas formales, conceptuales y rompe con otras. En otras palabras se adhiere a una tradición cultural y al mismo tiempo a un género. Esta obra responde a otras y tendrá una reacción respuesta, perpetuando de este modo la cadena de comunicación.

En un género fotográfico, entonces, cabrán enunciados que poseen ciertas características visuales comunes que permiten ubicar las unidades comunicativas en éste y no en otros. Habría, por tanto, géneros fotográficos establecidos ante los cuales no existiría margen de cambio, ya que el entendimiento de los enunciados visuales estaría delimitado por los géneros.

En esta propuesta de análisis, las fronteras de los enunciados visuales (fotografías) se manifiestan en las lógicas que los niños elaboraron al momento de hacer sus agrupaciones. Estas fronteras son la lógica conceptual, formal, genérica y narrativa.

Lógica formal

El nombre de esta lógica se fundamenta en la reflexión que muestran los niños para efectuar el acomodo de algunas agrupaciones en las que atienden a características formales específicas de la imagen como el color, o bien, las formas u objetos que contiene la misma.

Algunos ejemplos de los grupos de esta lógica son “blanco y negro”, “color”, “grupos”, “niños”. Es una lógica muy elemental, pues no requiere una reflexión sobre el contenido de la imagen, sino que describe referencial y denotativamente lo que la imagen presenta.

Es la lectura más sencilla a la que los niños acceden, las otras son formas más complejas o elaboradas de esta misma.

Lógica conceptual

Se utiliza este nombre de acuerdo al razonamiento que los niños han aplicado al momento de realizar ciertos grupos, en este caso, la argumentación que usan deriva hacia la construcción de conceptos. Por ejemplo, un grupo llamado “familia” es formado por imágenes que contienen un hombre, una mujer y un niño.

Ambos tipos de organización, conceptual y formal, coinciden en que importa, por encima de cualquier otra consideración, lo fotogra-

fiado, es decir, el qué de la fotografía. La diferencia de estas lógicas es que en la conceptual no se quedan en el contenido inmediato de la imagen sino que hacen un esfuerzo de reconocimiento, recurren a su experiencia y saber para dar significación y sentido a lo que ven y traducen en una idea.

En este nivel se puede decir, pues, que se trasciende la denotación de la lógica formal o descriptiva y se accede a la organización de las connotaciones de los elementos presentes en la imagen y su relación con la red de conocimientos previos y expectativas del niño que, de esta manera, configura una lectura más profunda y socializada que la primera que he descrito como elemental.

Lógica genérica

El nombre de esta lógica se relaciona directamente con la idea utilizada en la investigación como "género"; en este caso, alude al género fotográfico como forma de organización de un grupo de imágenes con rasgos distintivos y característicos.

El razonamiento que une a los grupos que forman esta lógica privilegia un orden que atiende a ciertos marcos visuales de construcción de las imágenes, que las relaciona por una tradición fotográfica en particular y visual en general traducido en la pose, el encuadre, los objetos fotografiados, su materialidad, es decir, la fotografía de paisaje como portadora de una vista general de una escena en la que el ser humano no aparece o se diluye entre los demás elementos; fotografía publicitaria en la que los objetos de la imagen se muestran con una intención persuasiva, fotografía periodística, en la que la intención es mostrar hechos de interés público; fotografía artística, en la que como en cualquier pieza de arte no existe una finalidad.

Lógica narrativa

El hilo conductor en estas agrupaciones es el sentido creado por medio de una historia, de una narración, por ello el nombre de esta forma de razonamiento.

Aunque formalmente no hay relación, el niño la crea, encadena las imágenes de tal modo que su narración tiene sentido, por lo menos en la relación que ha organizado; es decir, recrea las imágenes y las resignifica a partir de ese vínculo. Para el niño las imágenes no tienen

sentido por sí mismas, únicamente en la obra que ha creado. De entre toda la gama de posibilidades de imágenes que tiene, elige las que completan su idea, teniendo con esto una nueva creación, un grupo que representa una historia. Es decir, así como en la lógica conceptual importa el qué y en la aglutinación por géneros importa el cómo, podríamos decir que ellos dan el mayor peso en estas agrupaciones al por qué que ellos mismos han inventado.

UN VISTAZO A LOS RESULTADOS

Los resultados obtenidos indican que el proceso de lectura fotográfica en los niños es gradual, que la significación de las imágenes se da primeramente por el entendimiento de la misma, ayudado por el reconocimiento de elementos como los escenarios, personajes y sus expresiones.

Se observó que los niños entre mayor contacto tienen con diversos medios de comunicación más fácilmente reconocen géneros fotográficos, primordialmente el paisaje, la foto deportiva, la foto de bodas, periodística y en menor medida la publicitaria y artística.

Las clasificaciones las realizan con base en lógicas, predominantemente la formal, en la que toman en cuenta los elementos que hay en la imagen, el color, las formas, los planos, la distribución, la intervención de la imagen. Después, mediante la lógica narrativa, los niños fabrican historias a las imágenes que les dan unidad y coherencia, por lo menos para ellos. También establecen una lógica conceptual, en la que la noción que tienen sobre alguna idea es un concepto abstracto que aplican a la imagen que les satisface para ello y, por último, la lógica genérica, en la que se atienen a los géneros fotográficos conocidos tradicionalmente, legitimados, institucionalizados, formalizados socialmente.

El contexto comunicativo y visual de los niños influye de manera importante en la lectura fotográfica, de modo que a mayor exposición a medios, más aprehensión parecen mostrar del lenguaje visual y de los códigos fotográficos.

A partir de la lógica narrativa empiezan a interpretar las imágenes y participan de códigos estéticos comunes, coinciden los niños de ambos contextos en lo que es visualmente agradable y desagradable.

Por un lado, en Aguascalientes, empiezan a pensar en conceptos al ver las imágenes y a identificar algunos géneros fotográficos; en Ocumicho requieren apoyo verbal para buscar sentido a lo que ven.

En Aguascalientes sí identifican algunos géneros fotográficos y en Ocumicho empiezan a hacerlo, aunque este reconocimiento no es un factor esencial en la lectura fotográfica de los niños.

La relación que mantienen con las fotografías en Aguascalientes es muy cercana, están habituados a convivir con ella desde que nacieron, por lo que forma parte de su cotidianidad; en Ocumicho, en cambio, resulta un poco más lejana, pues no es tan común encontrar a familias que tengan aparatos fotográficos en casa, lo que limita la práctica fotográfica a situaciones muy puntuales como fiestas y reuniones extraordinarias.

Los elementos que les permiten dar significado en las fotografías son los personajes públicos, las expresiones faciales, los colores y los escenarios.

De este modo continuó creyendo que no hay lecturas fotográficas correctas o incorrectas, pero sí lecturas más o menos completas y más o menos habituales que permiten la convergencia de sentidos debido a la adscripción a códigos de interpretación comunes. Es decir, que la cultura visual, alfabetización visual, educación de la mirada o como quiera llamársele, sí incide de manera determinante en la forma en que el niño se enfrenta a la imagen, “entra” en ella y se apropia de significados. Aunque no esté formalizado en ningún tipo o nivel educativo, sí muestra que esta condición es progresiva y vinculada con el entendimiento de las fotografías.

Los hallazgos encontrados indican que los niños a estas edades no entienden la fotografía genéricamente, al menos parece ser que no es lo más importante para ellos, lo que a primera vista contradice lo expuesto por Bajtín: que la comunicación es posible mediante géneros discursivos. A los niños las fotografías les comunican de varias maneras, no necesariamente por géneros. Sin embargo, estos resultados no se contraponen necesariamente al principio bajtiano, sino que tal vez el género no es la primera forma comunicativa que los niños identifican en las fotos, primero ven formas, después hacen historias, continúan con conceptos y es entonces que pueden acceder a la identificación de géneros. En este sentido, Bajtín no indica que los géneros discursivos sean la primera forma por la que nos comunicamos, el principio es: aprendemos los géneros discursivos de las situaciones comunicativas en las que nos desarrollamos, entendemos que debemos responder de cierta manera, que hay cosas que se pueden decir y otras que no, es

un aprendizaje social y todo parece indicar, en este caso, la comunicación visual, que los niños se encuentran en el proceso de aprenderlos.

De este modo, el contexto comunicativo es un eslabón más de la cadena comunicativa ya que influye, perfila y determina la manera en que los niños ven las imágenes y por eso responden de una u otra manera.

CONVERGENCIAS DE OJOS AZULES. UN NUEVO ESTUDIO EN FRANCIA

Después de la experiencia vivida en México, se presentó la oportunidad en 2011 de seguir explorando el tema con otros niños, en otro contexto mucho más lejano. La intención de este ejercicio fue contrastar los resultados obtenidos y empezar a explorar otros caminos siguiendo las pistas que surgieron originalmente. El nuevo contexto, esta vez, viene acompañado de brisa marina y de una *baguette* bajo el brazo.

Charente Maritime

Mi tercer contexto fue en otro país, en otro continente. Royan es una pequeña ciudad costera que ocupa el cuarto lugar en población en el departamento de la Charente Maritime en la región Poitou-Charentes al inicio del suroeste francés. Según datos del INSEE (Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos), la población de Royan en 2009 era de 18 mil 259 personas.⁵ Es una ciudad de verano, miles de personas van a vacacionar a las playas de la región en esta estación. El resto del año la población está compuesta mayoritariamente por personas retiradas (48 % es mayor de 60 años),⁶ por lo que el ritmo de vida es muy tranquilo. Cuenta con todos los servicios básicos: hospital, centros comerciales, recreativos y deportivos; hay un teatro, un centro de convenciones y una estación multimodal de la que salen trenes y autobuses.

La ciudad es ordenada, su trazo es limpio, tiene pocos edificios de departamentos, las casas están pintadas de colores discretos, en su mayoría blanco, y hay amplias áreas verdes. La publicidad en las calles es escasa, a excepción de los puntos de reunión, como los centros

⁵ Recuperado de <http://www.insee.fr/fr/bases-de-donnees/esl/resume.asp?niv-geo=COM&codegeo=17306>, recuperado el 04/04/2013.

⁶ Al respecto: http://www.statistiques-locales.insee.fr/FICHES/DL/DEP/17/COM/DL_COM-17-306.pdf, recuperado el 04/04/2013.

comerciales o la zona comercial del centro de la ciudad, en donde se puede apreciar en los aparadores de las tiendas o en los espacios destinados a ello en las calles. Es difícil encontrar un espectacular, sólo en la entrada a la ciudad se pueden observar.

Los programas que ven los jóvenes por televisión son series norteamericanas en su mayoría, el cine no queda exento de las grandes producciones y sagas de Hollywood. Tienen acceso a la Internet en la escuela y en sus casas, la utilizan para hacer tareas, para comunicarse con sus compañeros y ver canales de vídeos. Todos tienen teléfono celular.

Las opciones de educación superior que ofrece Royan terminan en el equivalente a la preparatoria en México, el liceo. Existen dos opciones a este respecto: el tradicional Licée Cordouan, que prepara a los alumnos para continuar sus estudios en la universidad que elijan después, en una ciudad más grande, y también está el Licée de l'Atlantique, un liceo técnico que brinda opciones terminales de carreras técnicas. Este último ofrece el servicio de internado, ya que muchos jóvenes que viven en los alrededores de la región en poblados más pequeños tienen que ir a estudiar a los liceos de Royan y si no hay estación de tren les es muy complicado transportarse diariamente. La mayoría de los alumnos internos habitan de domingo/lunes a viernes en el internado del plantel. Las habitaciones son compartidas generalmente con otro compañero, y no tienen televisión en ellas. La única televisión que hay está en la sala de recreación, donde tienen también juegos de mesa y pueden estar ahí en horario limitado al terminar las clases (normalmente a las 17:00 hrs.), después de la cena. Hay un espacio destinado para hacer las tareas, una sala con pocas computadoras, por lo que su acceso a Internet es limitado si no tienen computadora personal. Pueden tomar a préstamo libros de la biblioteca para leer en su habitación, los más solicitados en el momento en el que realicé este trabajo (2011) y que estaban en lista de espera eran la serie *Crepúsculo* y novelas con temática de vampiros y seres sobrenaturales. Ocasionalmente salen a algún espectáculo musical, teatral o al cine, pues hay un programa cultural en el que les organizan paseos nocturnos a este tipo de actividades, sin embargo, es poco el número de alumnos que pueden ir, así que se busca la rotación de asistentes para que acudan a estos espectáculos al menos en una ocasión durante el ciclo escolar. Otra opción recreativa es el gimnasio ya que, independientemente de sus clases deportivas escolares, tienen acceso a él algunos días de la semana por la noche.

El paso anterior al liceo es el colegio (similar a la secundaria en México), que en su mayoría, como los liceos, son públicos y hay muy pocos privados.⁷ Hay dos colegios, Émile Zola y el Colegio Henry Dunant, en el que trabajé con alumnos de tercer grado, de entre 12 y 14 años, y con niños del mismo grado en el Liceo del Atlántico (que es el primer grado que ofrece como preparación para entrar al Liceo), que es un liceo técnico.

La motivación de trabajar con estas edades es que representaban un paso por delante de los niños con los que trabajé en México, que estaban concluyendo una etapa escolar anterior, eran de sexto de primaria y el promedio de edad era de 12 años. En este sentido quería, por un lado, contrastar, en la medida de lo posible (ya que no eran exactamente las mismas condiciones de aplicación que en la investigación anterior), los resultados con lo obtenido previamente, y por otro, comenzar a indagar si caminar hacia una etapa escolar adelante brindaría nuevas pistas para continuar el análisis de la lectura fotográfica, además de plantear nuevos retos en tanto al contexto de las imágenes.

El instrumento aplicado en las dos escuelas (con particularidades en cada una) fue realizado como un ejercicio de descripción dentro de las actividades de una clase de Español, sin embargo, se les pidió que si no sabían expresar la idea en este idioma lo hicieran en francés. Trabajé una vez grupalmente y después en equipos, ya que consideré que al encontrarme en una clase de segundo idioma, entre pares se alentarían para hablar unos a otros, y de hacerlo individualmente correría el riesgo de que no todos los niños participaran de igual modo, sin embargo, ellos sabían que el ejercicio realizado no tenía una calificación y no había respuestas correctas e incorrectas.

Primer ejercicio con el primer grupo

Colegio Henry Dunant (20 niños de entre 12 y 14 años). El primer ejercicio fue grupal, lo hice con alumnos del tercer grado de colegio, les pedí que observaran y describieran 10 imágenes sacadas de la batería fotográfica con la que trabajé anteriormente en México.

Las descripciones de las imágenes fueron muy similares a las que hicieron los niños en México, es decir, se guiaban primero por la lógica

⁷ En Royan no existe la opción de educación privada. En la región hay 51 colegios públicos y 10 privados; 23 liceos públicos y 3 privados. Al respecto se puede ver: http://charente-maritime.fr/CG17/jcms/ehe20091119_7616/les-chiffres-cles y <http://www.ia17.ac-poitiers.fr/etablisements-scolaires/>, consultados el 04/04/2013.

formal y después por la referencial: “es una fotografía a color, hay una chica que va corriendo en medio del campo...”; después completaban: “Es una fotografía de fantasía, no existen tornados de algodón de azúcar rosa”, “Es una imagen de tecnología, la hicieron con la computadora”, el concepto seguía sus explicaciones. La lógica narrativa no la utilizaron tal vez porque no les pedí que agruparan las imágenes que vieron, pero sí narraron en ocasiones hechos del interior de la imagen para dar sentido a su explicación, “Es un niño triste porque no puede tomarse su vaso de leche y su osito está con él, quizás está enfermo, o no le gusta la leche y se la tiene que tomar”.

Una diferencia significativa fue la reacción ante una imagen versión de “La última cena”, realizada por el fotógrafo argentino Marcos López (“Asado en Mendiolaza”, 2001); los niños describieron todos los elementos de la imagen: “es una comida de amigos que festejan algo, comen un siervo o cerdo, beben vino, jugo y refrescos, tienen copas y vasos, hay ensalada también, están sentados alrededor de una mesa...”, y de pronto, un niño explicó: “es como una imagen religiosa, la de la cena”. Otro niño asintió con la cabeza y subrayó: “es verdad, hicieron una copia de esa imagen, sólo que es afuera y en la tarde...”, y un silencio se hizo. Sólo tres niños sabían a qué imagen se referían, los otros dijeron nunca haberla visto, pues en su casa no tenían referentes religiosos y, por lo visto, tampoco pictóricos.



Imagen 1. Fotografía mostrada a los niños.
Daniela Edburg, *Muerte por algodón de azúcar*, 2006.

Mientras que en Aguascalientes a los niños del colegio católico les causaba indignación esa fotografía, pues la tomaban como burla, en Ocumicho la identificaban pero la veían como una representación más, ya que en su entorno cotidiano veían múltiples de éstas y de otras imágenes religiosas en las artesanías que elaboran.⁸ Esto confirma que el contexto determina lo que los niños ven en las imágenes.

Otro punto destacable fue el reconocimiento del presidente de México en una fotografía, en un inicio creí que era porque lo conocían, pero al preguntarle a un niño el nombre, contestó: “no lo sé, no lo conozco, creo que es el presidente de México porque tiene traje y está en la esquina la bandera”. Anteriormente, otros niños habían relacionado esta imagen como “de un político”, también porque usaba traje y corbata y parecía que le hablaba a la gente.

En este ejercicio buscaba simplemente indagar en sus formas de lectura de la imagen para ver si saltaban lógicas dispares a las hechas por los niños en México, pero no fue así, las lógicas de lectura fueron las mismas y los límites internos que establecí para los enunciados fotográficos fueron pistas importantes que les ayudaron al momento de articular su lectura: la pose y la mirada les indicaron que un niño estaba triste por algún motivo; la pose, la mirada y el vestuario indicaron que un hombre era político, pues traía traje y corbata, parecía que le hablaba a alguien, pues miraba al frente y estaba sentado atrás de una mesa con un micrófono; la tecnología era utilizada en la imagen del algodón de azúcar, pues esa situación presentada no era posible, y por último, con la iluminación identificaron que los jóvenes estaban en una comida, no en una cena, pues no estaba oscuro, parecía de tarde en la fotografía.

El segundo ejercicio con el segundo y tercer grupo

El segundo ejercicio fue planteado de manera diferente en el segundo grupo del Colegio Henry Dunant (22 niños de entre 12 y 14 años), las fotografías escogidas anteriormente las mostré a los alumnos alteran-

⁸ En Ocumicho se producen dos tipos de artesanías, una destinada al mercado local, que consiste sobre todo en silbatos y alcancías, y otra destinada al mercado turístico, que es la que representa la mayor fuente de ingresos (Padilla, 2000). Ocumicho es conocido por sus diablitos y sirenas, artesanías que en muchas ocasiones representan situaciones de la vida cotidiana, escenas eróticas, o bien, representaciones de imágenes religiosas como la Crucifixión, la Última Cena o la Virgen de Guadalupe.

do los contextos de la foto original, es decir, en una fotocopia de una credencial de elector se puso una imagen de un leopardo (fotografía ganadora de World Press Photo 2009 en la categoría “Naturaleza”); la fotografía “Mujeres mazahuas” (1989) de Mariana Yampolski, se intercaló en un álbum familiar, la imagen de Felipe Calderón se insertó en otra fotografía de un museo, una fotografía de identificación se colocó en una impresión de un periódico, al igual que la fotografía mencionada anteriormente del algodón rosa que persigue a una chica (Imagen 1) y la imagen que hace referencia a “La última cena”.

Se hicieron pequeños grupos de cuatro y seis niños, ellos tenían que escribir la descripción de las fotografías indicadas en el material dado y después explicarla verbalmente. Las instrucciones fueron las siguientes: “Vean y describan las fotografías indicadas, después hagan agrupaciones por algún parecido que encuentren en ellas y asignen nombres a sus grupos”.



Imagen 2. Aplicación del instrumento.
Colegio Henry Dunant.

Un leopardo con credencial de elector y dos indígenas paseando en *Saint Palais*.

ALGUNOS RESULTADOS

En este ejercicio los niños describieron las imágenes anteponiendo el medio, “ésta es una imagen de periódico, en ella hay una chica que corre en medio del campo...”; “ésta es una fotografía de museo, en la que está el presidente de México...”. El contexto fue más fuerte, importaba poco la fotografía, aunque la instrucción fue describir la fotografía de

cada caso, la información que encontraron a su alrededor fue la guía que siguieron para elaborar esas descripciones.

Un caso exagerado, por creerlo ilógico para los niños, fue la situación de la credencial de elector, pues la descripción fue: “Es una tarjeta de credencial para votar de José Manuel López Romero, tiene 26 años, es hombre y es un leopardo”.

Otro caso relevante fue la fotografía que estaba inserta en el álbum familiar, la descripción era: “es una fotografía de dos indígenas paseando en Saint Palais”,⁹ al escuchar esto, la pregunta que realicé fue: “¿qué les dice que son indígenas y cómo saben que están ahí?”, la respuesta era muy obvia para los niños: “porque las fotografías de alrededor son de personas que están comiendo en un restaurante de Saint, por eso ellas deben de estar también por ahí, afuera, paseando en el muelle, sabemos que son indígenas por la ropa que usan”.

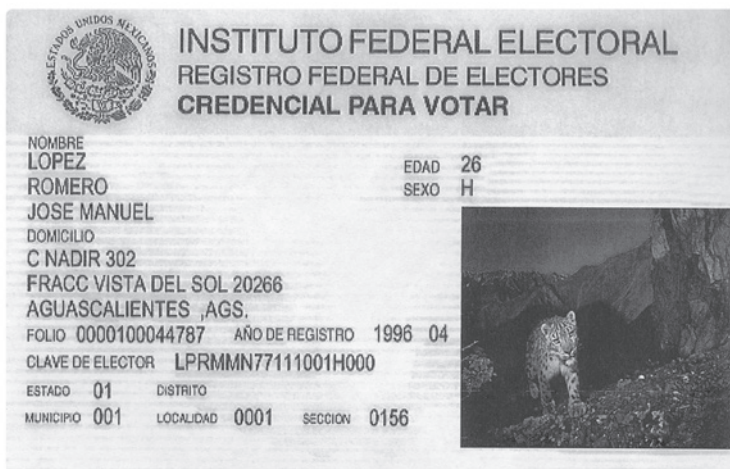


Imagen 3. Fotografía mostrada en un contexto físico diferente al de origen.

Steve Winter, *Out of the shadows*, Fotografía ganadora en 2009 por la categoría “naturaleza” en World Press Photo.

⁹ Saint-Palais sur Mer es una población al lado de *Royan*, mucho más pequeña pues está llena de casas de verano y del mismo modo gran parte de la actividad se restringe a esta época del año.



Imagen 4. Fotografía inserta en un álbum familiar.

Mariana Yampolsky, *Mujeres mazahuas* (1989). D. R. © Fundación Cultural Mariana Yampolsky, A.C., México. San Agustín Metepec, Estado de México.

Efectivamente, el álbum familiar tenía imágenes de una familia en diversos momentos: festejando un cumpleaños, comiendo en un restaurante con vista al mar en Saint Palais; había seis fotografías rodeando a la que los niños debían describir, por eso aunque ésta saltaba en cuanto a las características visuales de las otras imágenes (una fotografía en blanco y negro, en plano tres cuartos y luz lateral, de dos mujeres de tez morena con peinado de trenzas, vestido y rebozo, una de ellas parece cargar a un bebé en su espalda con ayuda de su rebozo, ambas tienen rostro serio, en la esquina inferior izquierda se ve a una pequeña niña bebiendo de un vaso de plástico, todo esto en contraposición a planos abiertos, color, con personas posando para la cámara con actitud relajada) a ellos no les pareció relevante, si estaba entre esas fotografías, debía de ser parte de la ocasión, después de todo, así se organizan los álbumes familiares, es parte del código genérico.

Del mismo modo, saltan al encuentro los límites de la enunciaci3n antes establecida y que utilizaron tambi3n los ni1os del anterior grupo, reiter3 que son elementos importantes para el desciframiento

de la imagen, la vestimenta es un elemento primordial que les permite identificar y dar sentido, en este caso, de que las mujeres en la fotografía son identificables como indígenas, pues visten de manera diferente a los habitantes de la comunidad, y ellos expresaron que han visto esas características de vestimenta indígena en la televisión y revistas.

Al respecto quisiera abrir un paréntesis para reflexionar sobre el significado de ser indígena para estos niños, ¿cómo identificaron que las personas en la fotografía eran diferentes a ellos?, no fueron los rasgos físicos: el color de la piel, la forma de los ojos, el tipo de cabello, no mencionaron tampoco una cuestión de clase social, ni siquiera ubicaron el origen geográfico de estas personas, ser indígena es una particular forma de vestir, diferente a la de ellos y de los habitantes de su comunidad, ¿cómo reconocen y asocian esta manera de vestir?, porque lo han visto en las revistas y la televisión.

Sobre el tema, en México, Corona (2000; 2002; 2006; 2007; 2011b; 2011c; 2011d) tiene una larga línea de trabajo en el tema y explica que las políticas públicas caracterizan a los sujetos de tal manera que buscan “que su fotografía sea su espejo, la estética fotográfica su [verdadera] imagen y con ella otorgarle su lugar en la estructura social” (Corona, 2011c: 103). La imagen fotográfica etiqueta y nombra al “otro”, en este caso a los indígenas. A través del patrimonio visual que hemos heredado reconocemos cómo son y cómo se ven, sus rasgos generalmente son la pobreza y marginación social, no se muestran sus rostros pero sí sus manos elaborando la vestimenta que usan y que, en este caso, es interesante que fue el rasgo identificado por los niños.

Del mismo modo, por su vestimenta y la bandera que estaba al lado derecho de la imagen, identificaron al presidente de México en la imagen del museo, no porque todos lo conocieran sino porque usaba traje y corbata. Aun así, es destacable que conozcan la bandera de México.

Después de esto, los niños hicieron agrupaciones del tipo: son fotos de periódico, de museo, de credencial y de familia. Al preguntarles si era normal que un leopardo tuviera una identificación, o que si en Francia esto se estilaba, entonces contestaban que no y era que alguno decía: “¡están cambiadas!, teníamos que cambiar las fotos”, y entonces de inmediato lo hicieron, la foto de identificación la pusieron en la credencial, la de familia en el álbum, otras las agruparon como publicidad y las que no tenían cabida en nada de lo anterior las mandaban a clasificación de museo, pues debían de ser arte, explicación que dieron

en general los niños en México a las fotografías que no comprendían y que casi cincuenta años atrás encontró Bourdieu (1979) que daban las personas a las imágenes que no tenían una clara función social.

Los resultados fueron muy similares en el tercer grupo con el que trabajamos, en el Lycée de l'atlantique (12 alumnos entre 13 y 14 años de edad), la diferencia fue que el tiempo en que resolvieron el ejercicio fue mayor, situación que en un inicio atribuí a las características de los alumnos en esta institución, que tienden a ser más dispersos y menos interesados en las actividades escolares, sin embargo, estos datos coinciden con lo observado en México con los niños de la comunidad indígena de Ocumicho, que está más aislada y tiene menos acceso a medios de comunicación. Estos niños se observaban lentos para responder al ejercicio en comparación con los alumnos de la ciudad, y se percibían minuciosos al momento de observar las imágenes, situación que relacioné con su menor contacto con medios de comunicación.

En este caso, algunos alumnos de este liceo técnico son internos, con las características ya mencionadas anteriormente, pues en su mayoría vienen del campo, donde el ritmo de vida es todavía más lento que en Royan, y si bien, la exploración realizada con este ejercicio no permite asegurar que esto sea un factor que interviene en su reacción ante las imágenes, sí es interesante la coincidencia con los niños de Ocumicho, que también están en una situación similar, guardando las debidas proporciones, si equipáramos el caso mexicano con el francés en tanto al acceso a medios y ritmo de vida que tienen estos dos grupos de jóvenes. Los alumnos del colegio Henry Dunant habitan con sus familias, sus opciones de recreación son más amplias, como los niños en el caso de Aguascalientes. Sería, pues, interesante seguir ahondando al respecto.

CONTEXTO MATA CARITA. ¿QUÉ SE LEE EN ESTA FOTOGRAFÍA?

Es muy interesante el vuelco que se observó en el proceso de lectura, cuando se trastocan tan sólo los contextos físicos de la fotografía éstos no sólo dan pistas, guían la lectura con rigidez, tanto que muchas veces borra a la imagen misma. Es un chiste al respecto, que si un desnudo se publica en una revista es pornografía, pero si se muestra en una galería es arte; este pensamiento parece bien corroborado en este ejercicio.

Si bien es importante conocer los datos contextuales en lo que a la vida de la imagen concierne, pues esto ayudaría a elaborar una lectura más completa, habría que poner a prueba entonces si conociendo esta información afectaría del mismo modo trastocar el entorno físico de la fotografía.

Las nuevas guías generadas a partir de este acercamiento dan muestras de que el camino de la investigación fotográfica es muy ancho y largo, queda aún mucho camino por conocer, por ello es indispensable continuar indagando en estos fenómenos de nuestra galaxia visual.

REFERENCIAS

- Bajtín, M. (2008). *Estética de la creación verbal*. Argentina: Siglo XXI.
- Barthes, R. (1986). *Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*. España: Paidós.
- _____. (1989). *La cámara lúcida*. España: Paidós.
- Berger, J. y Mohr, J. (1998). *Otra manera de contar*. España: Mestizo.
- Bourdieu, P. (1979). *La fotografía un arte intermedio*. México: Nueva imagen.
- Corona, S. (2000). Análisis cultural de la fotografía. *Diálogos de la comunicación*, 57, 87-96. Perú: FELAFACS.
- _____. (2002). *Miradas entrevistas: Aproximación a la cultura, comunicación y fotografía huichola*. México: Universidad de Guadalajara.
- _____. (2006). La fotografía indígena en los rituales de la interacción social. *Comunicación y sociedad*, 6, 91-104. México: Nueva Época, Universidad de Guadalajara.
- _____. (2007). *Querido novio. Cartas, escritura y contextos culturales*. México: Editorial Universitaria.
- _____. (2007a). Fotografías de indígenas. 150 años de visibilidad "correcta". *Versión, Estudios de comunicación y política*, 20, 77-96. México: UAM-Xochimilco.
- _____. (2009). Dibujar Dioses en dos contextos comunicativos. *Comunicación y sociedad*, 12, 15-31. México: Nueva Época.
- _____. (2011a). *Postales de la diferencia*. México: Conaculta.
- _____. (2011b). La fotografía de indígenas como patrimonio nacional. La fototeca del INI-CDI. En De la Peña G. (Coord.), *La antropología y el patrimonio cultural de México*. México: Conaculta.
- _____. (2011c). Llamarse indígena desde la voz indígena. Tres postales de comunicación visual. En Cornejo I. y Guerrero M. (Coords.), *Investigar la comunicación en el México de hoy*, México: Universidad Iberoamericana.

- _____ (2011d). Guía para el análisis visual del sujeto político. La fotografía étnica. En Corona, S. (Coord), *Pura Imagen*. México: Conaculta.
- De la Peza, C. (1993). La lectura interminable, una aproximación al estudio de la recepción. *Versión*, 3, 57-82. México: UAM-Xochimilco.
- Debray, R. (1994). *Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en occidente*. España: Paidós.
- Del Valle, F. (1993). El análisis documental de la fotografía. *Cuadernos de documentación multimedia*. Recuperado de <http://pendientedemigracion.ucm.es/info/multidoc/multidoc/revista/num2/fvalle.html>.
- Freund, G. (2001). *Los usos sociales de la fotografía*. España: Gustavo Gili.
- González, C. (2009). ¿Dónde está la mirada? El poco explorado campo de la fotografía en el campo de la comunicación en México. Memorias del XIII Encuentro FELAFACS, La Habana, Cuba.
- _____ (2010). *Fotografía y contexto comunicativo: La lectura fotográfica en niños de Aguascalientes, Aguascalientes y Ocumicho, Michoacán*. Tesis de maestría en Comunicación, México: Universidad de Guadalajara.
- _____ (2011). Quatro modos de agrupar imagens: Leitura fotográfica e contextos comunicativos de crianças mexicanas. En Pinto C. y Ribes R. (Comps.), *Educação experiência estética*. Brasil: NAU.
- _____ (2012). Comunicación discursiva y lectura fotográfica en niños: Una aproximación metodológica. En Robles Y. (Ed.), *Entre nosotros. Experiencias metodológicas de investigaciones con niños sobre la comunicación y la vida social*. Chiapas, México: Universidad Intercultural de Chiapas.
- Padilla, M. (2000). *Ciclo festivo y orden ceremonial*. México: COLMICH.
- Schaeffer, J. (2004). La fotografía entre visión e imagen. En Picaudé, V. y Arbaizar, P. (Eds.), *La confusión de los géneros en fotografía*. España: Gustavo Gili.
- Zires, M. (2001). *Voz, texto e imagen en interacción, el rumor de los pitufos*. México: UAM-Xochimilco/Porrúa. ❁

Comunicación y moda: la perspectiva cinematográfica contemporánea estadounidense y europea

MÓNICA BARRIENTOS BUENO¹

INTRODUCCIÓN

Entre las múltiples relaciones que la comunicación tiene con otros medios y campos (literatura, artes plásticas y escénicas, deporte o educación, por señalar tan sólo algunos ejemplos), emerge con especial interés la que mantiene con la moda. Ésta requiere de la comunicación como plataforma de difusión y promoción de colecciones y creadores, de esta manera, surge prensa especializada en el ámbito con influencia sobre la propia industria de la moda, recogiendo y marcando tendencias que tienen proyección internacional y abarcando, incluso, difusión publicitaria con gran repercusión tanto en redes sociales como en prensa, radio y televisión (Coll, 2012).

Entre las diversas facetas que ocupa el maridaje entre comunicación y moda también sobresale el cine, estableciendo una relación en la que ambas esferas se retroalimentan, no dejan de mirarse y seguirse mutuamente. Una y otra imponen gustos, modos y estilos en el vestir y el comportamiento. Por ejemplo, la boina que luce Faye Dunaway en *Bonnie and Clyde* (Arthur Penn, 1967),

¹ Profesora Ayudante Doctora del Departamento de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura de la Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla. Estudia la historia del cine, audiencias y nuevas tecnologías televisivas y las relaciones del audiovisual con la pintura. mbarrientos@us.es.

se convirtió a partir del estreno de la película en un accesorio en alza. Desde el punto de vista de la gran pantalla son diversas las diferentes vías por las que circulan las conexiones moda-cine, entre ellas se encuentra la moda como tema cinematográfico, yacimiento de argumentos y referentes del que se ha dado un abultado grupo de casos en las últimas décadas.

Además, las relaciones entre cine y moda se han convertido en punto de interés cultural, prueba de ello son las múltiples exposiciones que al respecto tienen lugar en diferentes lugares del mundo. Por ejemplo, el Museo del Traje (Madrid) organiza con frecuencia muestras con diseños de películas, analizando, por ejemplo, en el caso de la titulada *Lope: Las entretelas del Siglo de Oro*, qué elementos del vestuario de la producción *Lope* (Waddington, 2010) tienen base histórica en la España de finales del siglo XVI y principios del XVII.² Más recientemente, el Victoria and Albert Museum (Londres) ha tenido abierta la exhibición "Hollywood Costume",³ con más de cien icónicas piezas con las que se recorren los últimos cien años de cine hollywoodense y el proceso de creación de vestuario, ahondando en la premisa de que mediante el mismo los personajes hablan. Para ello, la exposición propone un viaje a través de la creación de vestuario con tres paradas: la deconstrucción (el proceso de documentación), el diálogo (la colaboración creativa entre directores y diseñadores de vestuario) y el final (prototipos creados por el cine a través del vestuario).

OBJETIVOS

El presente artículo se plantea como principal objetivo la visión actualizada y sistematizada, clara y precisa de las relaciones entre cine y moda como parte de un proceso comunicativo, donde tengan cabida tanto referencias clásicas como recientes. Por la relevancia que tiene la presencia temática de la moda (en sus múltiples facetas) en la gran pantalla, se plantea de forma secundaria profundizar en este aspecto. La investigación que ha dado lugar a su redacción tiene origen en la impartición del módulo "Cine y moda", en el Máster de Emprendedo-

² La exposición se inauguró pocos días después del estreno de la película en España, desarrollándose entre el 7 de septiembre y el 28 de noviembre de 2010 (<http://www.amigomuseojeltraje.com/2010/09/07/lope-entretelas-del-siglo-de-oro-exposicion>).

³ Concretamente entre el 20 de octubre de 2012 y el 27 de enero de 2013 (<http://www.vam.co.uk/content/exhibitions/exhibition-hollywood-costume/about-the-exhibition>).

res en Comunicación y Moda de la Universidad de Sevilla (I Edición, 2013-2014).

Para ello se ha recurrido, en primera instancia, a una búsqueda de recursos bibliográficos y hemerográficos específicos sobre cine y moda, los cuales constituyen el marco teórico sobre el que se asienta este estudio e investigación, que además se ha apoyado y completado por los conocimientos que sobre comunicación e historia del cine ostenta la autora. Igualmente, dada la relevancia creciente del empleo en términos de *marketing* y publicidad de las marcas y productos de moda en las películas, se han consultado varias monografías y artículos al respecto para aportar una visión más completa al hecho comunicativo entre cine y moda.

PERSPECTIVA CONCEPTUAL DEL ESTUDIO

Hablar de cine y moda, en literatura científica, es en la mayor parte de los casos hacerlo de Hollywood. Las relaciones entre la meca del cine y la moda se encuentran ampliamente estudiadas en su período clásico, especialmente en lo que respecta a las décadas de los años treinta a los cincuenta (Ramos Rodríguez, 2006 y 2007), así como la impronta del llamado séptimo arte en la creación de un prototipo de feminidad a través de la pantalla, especialmente significativo en los años treinta (Berry, 2000) y hasta la relevancia del *product placement* en muchas de sus películas (Donaton, 2004; Victoria, 2005). El papel de la estrella de cine como impulsora de moda y de imposición de arquetipos a lo largo de la historia del medio ocupa también varias páginas de literatura específica sobre las relaciones entre ambos medios (Guevara y Mangini, 2007). Del mismo modo, la impronta de los creadores de moda para el cine y los binomios diseñador-estrella, se convierten también en centro de interés (Derubín, 1996).

Bajo un arco de perspectiva más amplia se encuentran monografías que abordan las interacciones entre cine y moda (Belluscio, 1999; Calefato, 2003), que se complementan con recursos hemerográficos en los que cobra protagonismo el impacto psicológico y conductivo de la moda en los individuos a través de la pantalla (Pérez Álvarez, 1999).

El cine tiene la moda como un elemento indisoluble de su lenguaje: el vestuario forma parte de la puesta en escena. Y al mismo tiempo la moda lleva interiorizado el cine: muchas colecciones se han inspirado en lo mostrado en la gran pantalla. Pero la relación va más allá de todo esto: tiene carácter bidireccional y circular, formando una rueda sin salida en la que ambos, cine y moda, se retroalimentan, teniendo a la sociedad como mediadora entre ambas, ya que tanto para el uno como para la otra, la principal fuente de inspiración es la realidad. Podría entenderse incluso como un tipo de emplazamiento de producto, aunque no necesariamente de marca. Se percibe una tendencia al aumento del *product placement* en los contenidos audiovisuales y ello es especialmente relevante en el medio cinematográfico (Segarra y Tur, 2011). Y es que, como apuntan Baños y Rodríguez (2003), puede entenderse un emplazamiento hiperactivo cuando el personaje usa producto o marca y/o hace referencia expresa a ella. Así, el producto, en este caso, la moda, pasa a convertirse en un recurso narrativo a partir del cual se desarrolla la escena o el diálogo. Lógicamente en este tipo también se encuentran las posibilidades de mención (el personaje refiere y utiliza la marca) o de valoración (la nombra, utiliza y valora). Por otra parte, el emplazamiento del producto en las producciones audiovisuales (y concretamente en el cine) está evolucionando, dándose cada vez más relevancia a la economía basada en la experiencia, donde la producción cultural es más importante que la física, la de productos tangibles (Donaton, 2004). En ello destaca el *high concept* (Sauer, 2004), un nuevo nivel en el *product placement* tradicional donde el término "producto" tiene dilatadas sus fronteras y no hay necesariamente mención explícita a una marca, sino que el espectador la infiere a través de, por ejemplo, una frase de diálogo que condensa la esencia de la marca o producto, lo más relevante de ella. Esto resulta en un emplazamiento de producto con mucha fuerza que, además, no se revela como una estrategia de *marketing* premeditada a ojos del espectador. El *high concept* "es un concepto con potencial, con interés para grandes audiencias" (Izquierdo, 2012: 1).

Como señala Calefato:

Si la película lleva 'dentro de sí' la moda, recogiendo gustos y formas corpóreas del momento, también es cierto que, en virtud de esa extraña resonancia entre visión,

verificación y fantasía que pone en movimiento, consigue prefigurar y orientar esos gustos y esas formas, crear prototipos y estilos. De lo social a lo cinematográfico y viceversa podría llamarse este movimiento (2003: 12).

Lo anterior se muestra en el siguiente gráfico en el que cine y moda, en su dinámica comunicativa, tienen a la sociedad como mediadora:



Gráfico 1. Retroalimentación
Fuente: Elaboración propia.

En este proceso de retroalimentación, además, se produce una transvalorización (Guevara y Mangini, 2007), por la cual la moda difundida por el cine, e inspirada en los usos y hábitos en cuanto a forma de vestir de la sociedad, retorna de nuevo a esa misma sociedad para nuevas y recicladas modas en un ciclo sin fin, realizándose en ello un traspaso de valores. Tomemos, como ejemplo, el vestido de seda verde esmeralda lucido por Keira Knightley en *Atonement* (Joe Wright, 2007), diseñado por Jacqueline Durran, que ha traspasado la pantalla. Convertido en todo un fenómeno de moda y cine, fue elegido el mejor vestido de la historia del cine en una reciente encuesta de la revista *InStyle* y la plataforma británica SkyMovies,⁴ e inmediatamente empezaron a circular por la Internet duplicados que lo hacían accesible al gran público. La industria de la confección siempre ha mirado al cine, llegando incluso a copiar modelos vistos en las películas de mayor calado popular; en Estados Unidos, a principios de la década de los treinta, en el momento en que el sistema de estudios empieza a cobrar importancia, así como una de sus bases principales, el *star-system*, los almacenes Macy's vendieron más de medio millón de vestidos que reproducían el que llevaba Joan Crawford en *Letty Lynton* (Clarence Brown, 1932).

⁴ "Atonement": Keira Knightley's green dress (<http://clothesonfilm.com/keira-knightley-green-dress-in-atonement/864/>).

TABLA 1. RELACIONES CINE-MODA.

Desde el cine	<ul style="list-style-type: none"> • Diseño de vestuario: protagonismo del vestuario como perfilador de personajes. • Medio cinematográfico como plataforma de difusión de moda. • Vinculación entre estrellas de cine y diseñadores. • Diseñadores de moda que han trabajado como figurinistas de cine. • Diseñadores convertidos en directores de cine. • Moda como elemento temático del cine.
Desde la moda	<ul style="list-style-type: none"> • Colecciones de costura inspiradas en el vestuario de películas. • Estilos que están en la calle y recogen las películas. • Estrella de cine como arquetipo creador de estilo y moda.

De modo que, ahondando en esta dinámica comunicativa que se retroalimenta, las relaciones entre cine y moda, desde ambas perspectivas, pueden tomar distintas derivas, por ello se hace necesaria una síntesis presentada en la Tabla 1.

Las relaciones desde el cine

El vestuario en el cine es una necesidad intrínseca del medio, forma parte de la puesta en escena en la que se suman, entre otros, el maquillaje y peinado, la iluminación, los decorados y la interpretación. El conjunto de todos ellos es lo que marca al espectador de una película, de ahí, por ejemplo, el tan recordado vestido negro de noche creado por Givenchy que luce Holly Golightly, el personaje de Audrey Hepburn, a primera hora del día y acompañado de unas gafas de sol, en el *opening* de *Breakfast at Tiffany's* (Blake Edwards, 1961). Como apunta Belluscio, “los vestuarios de las películas, sometidos a una continua mutación, reflejan los cambios sufridos en el arte, la política, la economía, la tecnología, el comercio, la censura o la publicidad de la industria cinematográfica” (1999: 11).

El vestuario cinematográfico puede quedarse en un nivel básico, estrictamente funcional en relación con la puesta en escena, realista y ceñido a la realidad histórica en la que se ambienta la historia, o ser, también al mismo tiempo, simbólico, plataforma de la voz de los personajes. Por ejemplo, el vestido rojo que luce la condesa Olenska (Michelle Pfeiffer) en la reunión de los Van Der Luyden en *The age of innocence* (Martin Scorsese, 1993) apunta aspectos de su conducta y, en especial, del desapego de las formas que rigen en la alta sociedad en el

Nueva York de finales del siglo XIX; sus costumbres más europeas se reflejan en la despreocupación con la que cruza de lado a lado el salón, abandonando la compañía de un caballero para buscar la de otro, en este caso, la de Newland (Daniel Day Lewis). “Su vestido rojo se desliza por el salón, como muestra de ello, entre el resto de asistentes sentados o quietos. El vestido rojo se expresa por sí solo en su cadencia” (Belluscio, 1999). El rojo, como fetiche de transgresión, se repite en la bata de larga cola que viste el conde Drácula (Gary Oldman) cuando recibe a Jonathan Harker en su castillo de los Cárpatos en *Bram Stoker’s Dracula* (Francis Ford Coppola, 1992); la prenda se convierte en alegoría de la conducta y características del personaje y, en los planos cenitales, se asemeja a una gota de sangre que corre, dejando un largo rastro. Es símbolo de todo lo que el vampirismo implica: sangre, bisexualidad, etcétera.

En otras ocasiones, el vestuario refleja la evolución del personaje, su transformación y habitualmente en lo relativo al cambio de estatus social, ya sea para pasar de prostituta de Hollywood Boulevard a joven refinada en *Pretty Woman* (Garry Marshall, 1990), o para hacer el viaje en el sentido contrario, como le sucede a Fantine (Anne Hathaway) en *Les Misérables* (Tom Hooper, 2012); el propio Paco Delgado, figurinista de la cinta, comenta que “al principio es una chica que se preocupa por su aspecto y que termina siendo una prostituta, vistiendo un cruco color rojo”.⁵

Igualmente, el cine, en el empleo del vestuario, se convierte en difusor de moda (a veces incluso a través de campañas virales),⁶ de manera que impone, promueve e incluso destierra el uso de ropas y complementos. Así, tiene lugar con el bikini, creado originalmente en 1946 por unos ingenieros franceses, aunque se conocen precedentes en la antigua Roma; considerada una pieza “transgresora y atrevida” (Ramos, 2007), durante la década de los cincuenta, varias actrices posaron con ella en sesiones fotográficas (Marilyn Monroe y Jane Mansfield),

⁵ *Los Misérables*. El vestuario de Paco Delgado (<http://www.youtube.com/watch?v=IEjXr-SbmAQ>).

⁶ “El concepto fue acuñado por Steve Jurvetson y Tim Draper en 1997 hasta alcanzar dimensiones más exactas en la obra de Rosen *The Anatomy of Buzz*. Con posterioridad, escribiría sobre este tipo de marketing Rushkoff, para quien en la hipótesis de partida reside la idea de que si esa publicidad llega a un usuario sensible, éste se infectará y hará lo propio con otros usuarios sensibles, cada usuario infectado enviará el correo a otro, formando así una cadena” (Del Pino, 2007).

pero no es hasta que la francesa Brigitte Bardot lo luce en *Et Dieu créa la femme* (Roger Vadim, 1956) que se popularizó definitivamente.

La influencia del cine es tan determinante que algunas prendas han tomado el nombre de la película en la que aparecían; es el caso de la chaqueta de punto del personaje de Joan Fontaine en *Rebecca* (Alfred Hitchcock, 1940)⁷ y la prenda de lencería lucida por Carroll Baker en *Baby Doll* (Elia Kazan, 1956). Y no sólo se trata de elementos concretos de vestuario, el cine implanta y denomina nuevas líneas de costura, como el llamado escote Sabrina,⁸ por el lucido por Audrey Hepburn en un modelo de Givenchy utilizado en la película homónima de Billy Wilder (1954).

El cine promueve modas y *looks*, es el caso de la estética motera de los años setenta a raíz del éxito de *Easy Rider* (Dennis Hopper, 1970) y de la barroca en los ochenta con *Amadeus* (Forman, 1984) y *Dangerous Liaisons* (Stephen Frears, 1988). También hay piezas de vestuario que se ponen de moda o dejan de usarse cuando una estrella lo hace; el ejemplo paradigmático de ello es cuando Clark Gable mostró su torso desnudo, en *It Happened One Night* (Frank Capra, 1934), haciendo caer las ventas en Estados Unidos, y al mismo tiempo se incrementó la de pijamas masculinos, ya que el protagonista le cede su uso al personaje de Claudette Colbert.

Otra cara de la relación entre cine y moda es la influencia de grandes diseñadores en la imagen de los actores en las películas, estableciendo un vínculo muy estrecho; en ese sentido, la referencia es la existente entre Audrey Hepburn y Hubert de Givenchy, quien se encargó del vestuario de la mayor parte de sus filmes desde *Sabrina* (Billy Wilder, 1954), a los que siguieron *Ariane* (Billy Wilder, 1957), *Funny face* (Stanley Donen, 1954), *Breakfast at Tiffany's* (Blake Edwards, 1961) y *Charade* (Stanley Donen, 1963), entre otras. Algo semejante ocurre con la vinculación entre Catherine Deneuve e Yves Saint-Laurent, encargado de vestirla desde 1967 en sus películas. Sin embargo, "la asociación de los grandes o diseñadores y las estrellas de Hollywood es bien temprana" (Guevara y Mangini, 2007: 124). Coco Chanel, seducida por la meca del cine, fue contratada por Metro Goldwyn Mayer como asesora de vestuario. Se encargó del diseño de lo que vestía Gloria Swanson

⁷ Así lo señala, incluso, la entrada del término "rebeca" en el Diccionario de la Lengua de la Real Academia Española.

⁸ Se trata de un escote recatado que va de hombro a hombro, justo por debajo de la clavícula, dejando muy poco a la vista.

en *Tonight or never* (Mervin LeRoy, 1931), con lo que tuvo que disimular el embarazo de la actriz.

Desde entonces, muchos diseñadores se han acercado al cine en colaboraciones puntuales, ya sea Christian Dior para *Stazione Termini* (Vittorio De Sica, 1953), por la que consiguió un Óscar, o Ralph Lauren para *Annie Hall* (Woody Allen, 1977) y la estética masculina que emplea para el personaje de Diane Keaton. Otros profesionales del diseño han colaborado de forma más continuada como figurinistas, especialmente fascinados por el medio cinematográfico, como es el caso de Jean-Paul Gaultier; han sido varios los directores para los que ha trabajado: Peter Greenaway en *The cook, the thief, his wife, and her lover* (1989), donde la exuberancia visual de la película sirve de vehículo idóneo para sus diseños; Jean-Pierre Jeunet y Marc Caro en *La cité des enfants perdus* (1995), de quienes Gaultier admiraba su ópera prima *Delicatessen*, de ahí que surgiera la colaboración para esta cinta; Luc Besson, en *Le Cinquième Élément* (1997), la mayor producción en la que ha participado, con diseños tan emblemáticos como el vestido blanco a tiras que luce el personaje de Milla Jovovich al principio del filme y la camiseta naranja sin mangas del de Bruce Willis; y varios trabajos con Pedro Almodóvar. A raíz de la participación de ambos en el documental que seguía la gira mundial de Madonna *The blonde ambition tour*, el director español le propuso a Gaultier crear los diseños para *Kika* (1993), en donde destaca especialmente la estética extravagante ideada para el personaje de Andrea Caracortada (Victoria Abril), inmersa en lo más oscuro y profundo de la telebasura. A *Kika* han seguido *La mala educación* (2004), donde cobra relevancia el traje de lentejuelas con efecto desnudo que luce el personaje de Gael García Bernal y, hasta ahora, *La piel que habito* (2011), para la que diseña tres piezas: el traje de punto *stretch nude* de Elena Anaya, el uniforme de Marisa Paredes y el disfraz de tigre, en *lycra*, que viste Roberto Álamo.

Finalmente, a esta relación de conexiones entre cine y moda, desde el ámbito del séptimo arte, se suma el recurso a la moda como elemento temático (al que se le dedica un apartado específico en páginas posteriores) y un caso atípico: el diseñador pasado a la dirección. Estamos hablando de Tom Ford y su debut como director con *A single man* (2009), una historia intimista, que habla de la pérdida, donde logra llevar su capacidad creativa a otro medio y con la misma elegancia que le caracteriza.

Las estrellas de cine son fuente inagotable de inspiración para la moda, como Theda Bara y el sostén circular que luce en *Cleopatra* (J. Gordon Edwards, 1917), que da origen a la estética de Madonna a finales de los años ochenta gracias al vestuario de Jean Paul Gaultier. Mae West se convierte, igualmente, en un icono para muchos diseñadores en la concepción de los frascos de sus perfumes; Elsa Schiaparelli tomó sus formas para el de la fragancia Shocking y años después, Marcel Rochas se inspira en sus característicos abrigos, jugando cromáticamente con el blanco y el negro, contrastando la porcelana del envase con un ribete chantilly, así como el perfil de su cuerpo sugiere las curvas de la botella de Femme.

La gran pantalla como fuente de creación para la moda llega también a las colecciones inspiradas en el cine, como por ejemplo la de otoño-invierno de la firma Christian Dior de 1966, al frente de la que se encontraba Marc Bohan, cuyos abrigos se inspiran en los modelos rusos de una película estrenada el año anterior, *Doctor Zhivago* (David Lean, 1965). Más recientemente, Alexander McQueen presentó la colección de otoño-invierno de 2005 bajo la denominación "The Man Who Knew Too Much",⁹ apuntando claramente a Alfred Hitchcock, concretamente a las rubias Hitchcock, y específicamente a la configuración estética del personaje de Tippi Hedren en *The Birds* (1963) y, de forma indirecta, a otros arquetipos cinematográficos convertidos en referentes del medio. De esta manera, en los diseños de McQueen aparecen formas sobrias y entalladas que recrean altas dosis de feminidad, pero distante, fría, de forma análoga a la del prototipo de la 'rubia Hitchcock'.

Tampoco se escapa a este breve análisis la inexcusable relación entre la estética de películas como *The Adventures of Priscilla, Queen of the Desert* (Stephan Elliot, 1994) y el característico estilo transgresor de Alexander McQueen y John Galliano, en cuyas pasarelas han abundado las pestañas postizas y los maquillajes, por lo general, muy recargados como parte de su puesta en escena.

⁹ Alexander McQueen-Women's autumn/winter 2005-Runway show (<http://www.youtube.com/watch?v=8UULoXRpyxo>).

Otro aspecto ineludible en la relación cine-moda es la estrella cinematográfica como creadora de tendencias a través del empleo que realiza de las creaciones de moda. Como concluye Berry:

Está claro que Hollywood ayudó a dar forma al 'sistema de moda' y al consumo de moda [...]. Esta relación, sin embargo, necesita verse no únicamente en términos de cómo tipifica el alcance promocional de las industrias culturales, sino también bajo la luz de la potencialidad de las prácticas de consumo para proporcionar sistemas de comunicación y sociabilidad, proporcionando una política estilo [especialmente para las mujeres y respecto a la construcción de su feminidad] (2000: 184-185).

En este sentido, apunta cómo “las estrellas de cine tipifican los ideales promovidos por la cultura de consumo y su énfasis en las apariencias en lugar de la herencia social y la identidad” (Berry, 2000: 185). A este respecto, existe una visión asentada: la estrella de cine, en su esencia, procede de “un artificialismo de superficie de igual esencia que la moda” (Lipovetsky, 2002: 244).

Y aunque los arquetipos cinematográficos parecen cosa del pasado, aún en día siguen perviviendo en el imaginario colectivo de nuestra cultura de consumo, remitiendo a ellos en sus productos. Para ello basta pensar en la pervivencia icónica y referencial del tipo establecido por la actriz Audrey Hepburn, referencia de elegancia eterna y recientemente resucitada gracias a las técnicas digitales para protagonizar un *spot* de chocolate.¹⁰ Se pueden citar más ejemplos, entre los más influyentes están los concebidos en los años cincuenta:

Marilyn, la rubia sensual e ingenua, Grace Kelly, la rubia fría y distinguida, Doris Day, la decente [...]. La creación de estos arquetipos se debe a los papeles que interpretaron en pantalla pero también, y de un modo decisivo, a la ropa que lucían en sus películas (Ramos, 2007: 197).

Sin embargo, respecto a los intérpretes de hoy en día, se aprecian diferencias, ya que no tienen el poder de crear iconografía:

El cine aporta estéticas, puntos de vista, pero ya no es capaz de instalar un rostro asociado a un nombre y marcar tendencias. La celeridad del mundo posmoderno, el

¹⁰ Spot de Galaxy (<http://www.youtube.com/watch?v=gx9eDoS76LM>).

poder de las comunicaciones, el reinado de lo efímero han tenido sus influencias (Guevara y Magini, 2007: 124-125).

CINE Y MODA: UNA PERSPECTIVA TEMÁTICA

Con el propósito de abordar con detalle este aspecto en las relaciones entre cine moda, se ofrece un gráfico que orienta visualmente respecto a las diferentes vertientes que adopta la moda como recurso temático en el cine a partir de la distinción inicial entre género documental y de ficción, ambos narrativos, ya que el tratamiento que la moda recibe en cada uno de ellos difiere precisamente por las características intrínsecas con las que funcionan.

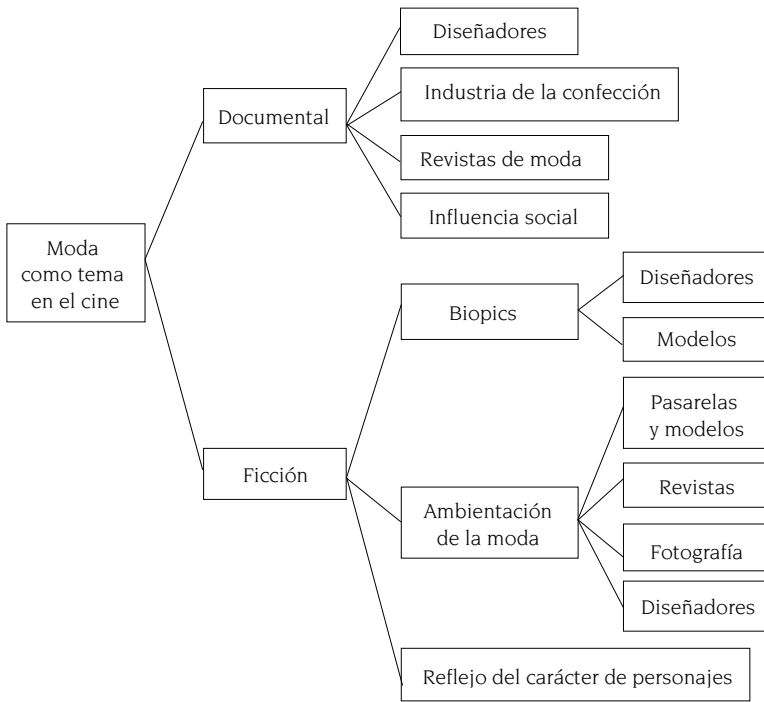


Gráfico 2. La moda como elemento temático en el cine.

Fuente: Elaboración propia.

Documentales sobre moda

En relación con el documental, en las dos últimas décadas se han multiplicado las producciones que abordan el tema de la moda, ya sea para biografiar a diseñadores, acercarse a los entresijos de la industria de la confección o el funcionamiento de las revistas de moda. En este primer bloque referido se encuentran *Seamless* (Douglas Keeve, 2005), *Marc Jacobs & Louis Vuitton* (Loïc Prigent, 2006) y *Valentino, the Last Emperor* (Matt Tyrnauer, 2008), entre otros. El documental desenfadado de Keeve toma como protagonistas a cuatro de los diez diseñadores que compitieron en la edición de 2005 por el premio al diseñador emergente otorgado por la revista *Vogue* y el Council of Fashion Designers of America: Alexandre de Kloak, Lázaro y Jack de Proenza Schouler y Doo Ri Chung de Doo.Ri. Por su parte, *Marc Jacobs & Louis Vuitton* constituye uno de los documentales más completos y específicos sobre el proceso creativo, centrado en el caso específico del trabajo de Marc Jacobs, director creativo de la firma Vuitton, para la colección primavera-verano de 2007. *Valentino, the Last Emperor* es un trabajo biográfico sobre el diseñador italiano, referente de elegancia en la moda mundial de las últimas décadas. El documental recorre los dos últimos años de la vida de Valentino, donde se incluyen la preparación del desfile y exposición con la que celebra sus cuarenta y cinco años de carrera, además de ciertos aspectos de su vida privada (como su consolidada relación con Giancarlo Giammetti, quien además es su socio empresarial), que finalmente sirven para mostrar cómo Valentino se enfrenta a la última etapa de su vida profesional.

Respecto a la industria de la moda, con mayúsculas, destaca el documental *The Secret World of the Haute Couture* (Margy Kinmonth, 2007); con el epicentro en el mundo de la alta costura, se nutre con entrevistas de referentes de la moda como Karl Lagerfeld, John Galliano, Christian Lacroix o Valentino, entre otros. Abarca, además, la alta costura desde una perspectiva muy abierta al moverse entre París, la capital por excelencia, y Nueva York, a lo que se une el acercamiento que realiza al mundo exclusivo y elitista de los poco más de doscientos consumidores y compradores de moda de alta costura en el mundo.

La influencia que destilan las revistas de moda y sus editores se convierten en el tema de *The September Issue* (R. J. Cutler, 2007) y *Diane Vreeland, the Eye Has To Travel* (Bent-Jorgen Perlmutt, 2011). El primero de estos documentales sigue el día a día de la confección del número de

septiembre de 2007 de la edición norteamericana de *Vogue*, con el protagonismo de Anna Wintor como editora jefe y supervisora última de esta edición que supone el arranque del año en términos de moda. Refleja fielmente el flujo de trabajo de la publicación más influyente en el mundo de la moda, cómo funciona la industria editorial, con un montaje audiovisual ágil y dinámico. *Diane Vreeland, the Eye Has To Travel* surge por iniciativa de la nieta de Vreeland, Lisa Immordino Vreeland, para trazar un retrato intimista de la columnista y editora de moda que desarrolló su carrera en *Harper's Bazaar* y *Vogue*, principalmente. El viaje que el documental propone, conduce al espectador desde la Belle Époque parisina hasta el Londres de los años sesenta, pasando por el Nueva York de los años veinte y treinta, sin olvidar una lectura de ascenso en el poder y protagonismo de la mujer en la esfera pública. Es la propia voz de Diane Vreeland la que acerca de primera mano sus reflexiones y puntos de vista sobre el mundo de la moda, donde no faltan intervenciones de Andy Warhol o Manolo Blahnik, entre otros.

Sin embargo, el mundo del documental a pesar del dominio de esta visión hegemónica de lo más reluciente de la industria, en sus diferentes vertientes (diseño, revistas e industria de la confección), que domina la corriente principal de producción, tiene también cabida para filmes en los que se aportan visiones alternativas y críticas que inciden, entre otros aspectos, en la influencia social del mundo de la moda. Es el caso de *Paris is burning* (Jennie Livingston, 1990), centrado en las competiciones de los *drag balls* de Nueva York desde mediados de los años ochenta, cuna en la que nace el *vogueing* (*vogue dancing*),¹¹ baile cuya coreografía se inspira en poses sacadas de revistas y desfiles de moda. Los que participan en estas sesiones de baile competitivo son homosexuales y transexuales latinos y afroamericanos, grupos sociales afectados por la exclusión y la marginalidad; de hecho *Paris is burning*, en su acercamiento al movimiento de la "cultura del baile", recoge tanto la parte externa (el *glamour* y el brillo) como las implicaciones sociales, menos conocidas, tocando aspectos como la homofobia, el sida y el racismo. En los concursos de *vogueing*, los participantes aparecen organizados en "casas" (*houses*), en clara alusión al empleo del término en el ámbito de la moda (que además toman nomencla-

¹¹ Evidentemente toma nombre de la revista *Vogue*. Por medio de este documental se dio a conocer en Estados Unidos y de forma mundial con el tema musical "Vogue" de Madonna.

turas con claras reminiscencias, sirva la de Saint Laurent como ejemplo), que rivalizan entre sí. La *performance* consiste en “desfilear” con un atuendo elaborado para la ocasión según sea la convocatoria temática de la noche, de manera que así aprovechan para rendir homenaje a sus ídolos, desde diseñadores de moda a referentes de la música, pasando por estrellas cinematográficas y *top models*, desvelando cómo sus fuentes de inspiración están en las revistas y grandes marcas de moda, en la imagen de *glamour* y exclusividad que transmiten las clases altas y famosos en las revistas del corazón. En este microcosmos que se crea alrededor de estos concursos, sus participantes encuentran una vía de escape a una dura realidad de discriminación donde aspiran a parecerse a sus ídolos reproduciendo su vestuario, actitud y modos. De esta manera, la moda se transpone a un entorno en donde representa aquello inalcanzable, la aspiración a un mundo de lujo y riqueza; además de convertirse en metáfora, todo lo que gira alrededor de universo de la moda es apelado como constructo sociocultural de un movimiento que, por añadidura, toma elementos estructurales de la misma (las aludidas “casas” de los *drag balls*).

La ficción sobre moda

Los *biopics*

En el terreno de la ficción, los *biopics* o películas biográficas han cobrado relevancia en los últimos años; entre los de diseñadores el protagonismo es indiscutiblemente para Coco Chanel, referente inexcusable de la moda del siglo XX y en la revolución de la moda femenina en pos de la comodidad y la elegancia. Su figura es el centro de *Coco Avant Chanel* (Anne Fontaine, 2009) y *Coco Chanel & Igor Stravinsky* (Jan Kounen, 2009), ambas producciones francesas.¹² El filme en el que Audrey Tatou interpreta a la diseñadora, *Coco Avant Chanel*, se centra en su ascenso desde un nivel modesto, cuando trabajaba como costurera y también de cantante en un bar de provincia, hasta la creación de su influyente empresa gracias al apoyo de Boy Capel (Alessandro Nivola), un hombre de negocios inglés y su primer gran amor. A lo largo de la película se hace especial énfasis en la vida sentimental de Gabrielle

¹² A ellas se suman algunos telefilmes como *Coco Chanel* (Christian Duguay, 2008), donde Shirley MacLaine encarna a la diseñadora en su madurez.

Chanel, aportando al conjunto un tono un tanto edulcorado, sin dejar de lado cierta lectura reivindicativa de su figura como símbolo de éxito y libertad en una sociedad dominada por los hombres. La casa Chanel permitió a la diseñadora de vestuario, Catherine Leterrier, acceder a los archivos de manera que tuviera documentación de primera mano para la creación de los diseños que se muestran en la película.

Coco Chanel & Igor Stravinsky, como su título ya preconiza, se centra en la relación que supuestamente mantuvieron la diseñadora y el compositor a partir de la novela *Coco & Igor*, de Chris Greenhalgh (quien también ejerce de guionista). Nos sitúa en el París de 1920 (al año siguiente tiene lugar el lanzamiento al mercado de la emblemática fragancia Chanel N° 5), aunque la película arranca en 1913, cuando Coco (Anna Mouglalis) asiste al estreno de *La consagración de la primavera*, donde queda cautivada por la modernidad que destila a pesar de que la obra no es bien acogida por parte del público. Siete años después, Coco Chanel se reencuentra con Stravinsky (Mads Mikkelsen) que, exiliado de una Rusia sumida en la revolución, recibe la invitación de la diseñadora para alojarse en su villa campestre en Garches. La atracción entre ambos es inmediata, eléctrica. Se presenta así un choque de genios en el entorno de un *affaire* extremadamente pasional del que tendrá noticia la esposa de Stravinsky. La cinta promueve que esta relación fue muy productiva en términos creativos para ambos: el compositor se decantó por una mayor libertad musical, alejándose del encorsetamiento que le había caracterizado en años anteriores, escribiendo piezas más conmovedoras y, por su parte, Coco dio a luz junto a su perfumista, Ernest Beaux, a su emblemática fragancia Chanel N° 5, cuyo lanzamiento en 1921 marca un logro en el mundo de los perfumes todavía no superado. La producción de *Coco Chanel & Igor Stravinsky* contó con el apoyo de Karl Lagerfeld y de la firma Chanel, que proporcionaron acceso a sus archivos y colecciones. De hecho, la actriz protagonista luce en la película varias piezas y accesorios cedidos por la casa francesa y el propio Lagerfeld se encargó de diseñar concretamente un traje y un vestido de noche bordado para la escena inicial en la que Coco asiste a la representación de *La consagración de la primavera*. De esta manera, en los dos *biopics* de Coco Chanel queda patente no sólo el intento de la concreción histórica en términos de vestuario, recurriendo a la propia casa francesa que dispone piezas y abre sus archivos, sino también una inteligente manera de realizar un emplazamiento de marca.

El género biográfico de moda tampoco deja de lado a las modelos, ejemplo de ello es *Gia* (Michael Cristofer, 1998), donde se hace un retrato del lado oscuro de la pasarela a través de la vida de Gia Marie Carangi, encarnada por Angelina Jolie. Su rápido ascenso a la fama en los años setenta y ochenta se ve acompañado de problemas afectivos que desembocaron en la adicción a las drogas y una muerte prematura por SIDA.

Ambientación en el mundo de la moda

Las cintas que perfilan su historia en el entorno de la moda suelen adoptar algunas de estas vías (las cuales, a su vez, pueden aparecer combinadas en una misma película): pasarelas y modelos, revistas de moda y tendencias, fotografía de moda y el diseñador como personaje de ficción.

En la primera categoría, las pasarelas cobran el protagonismo en películas como *Pret-à-porter* (Robert Altman, 1994) y, en menor medida, en *Celebrity* (Woody Allen, 1998). El filme de Robert Altman nos sitúa en la semana de la moda de París, donde el hilo narrativo se centrará en las pesquisas de un periodista (Tim Robbins) por descubrir los secretos que entraña la repentina muerte de Olivier de la Fontaine (Jean-Pierre Cassel), representante sindical de la moda de la capital parisina. Las sospechas de asesinato no se harán esperar y apuntarán a diseñadores, modelos, fotógrafos y periodistas especializados en moda. Sin embargo, todo ello es una simple excusa narrativa, un genuino *macguffin*, para que el director se centre en su objeto de interés: el duelo de egos, el desfile de hipocresía, intereses, banalidad y apariencias se convierten en los auténticos protagonistas de la película. Esto aparece perfectamente representado por la escena del desfile de modelos desnudas de Simone Lowental (Anouk Aimée), metáfora de superficialidad que alude, claramente, al cuento de hadas *El traje nuevo del emperador*, de Hans Christian Andersen. Como es habitual en Altman, recurre a un reparto coral que teje la trama narrativa, donde tienen cabida desde actores de larga trayectoria como Sofía Loren (quien encarna a Isabella, la esposa del finado), Marcello Mastroianni (primer marido de Isabella) o Lauren Bacall, quien interpreta a una diseñadora (vestida para la pantalla por Armani), entre otros. Igualmente, figuras de la moda también realizan sus cameos haciendo de sí mismos, como Jean-Paul Gaultier, Christian Lacroix, Issey Miyake, Gianfranco Ferré,

Paolo Bulgari y Thierry Mugler entre los diseñadores, a los que acompañan modelos como Claudia Schiffer, Carla Bruni, Naomi Campbell o Linda Evangelista.

En *Celebrity*, Woody Allen hace una disección sobre en qué consiste la fama, quiénes se hacen famosos y cómo alcanzan ese estatus. Es por esto que la moda forma parte de ese análisis agri dulce y nada caricaturizado sino muy creíble. La película desmitifica algunos de los personajes más admirados del mundo de hoy sin restarle el atractivo que puede tener una existencia superficial. Esto se refleja perfectamente en el personaje de la neurótica y banal *top-model* de pasarela encarnado por Charlize Theron, con la que el protagonista, Lee Simon (Kenneth Brannagh), un escritor sin éxito que se introduce en el periodismo de celebridades tras su divorcio, mantiene una esporádica relación. La presentación del personaje de Theron tiene lugar con una breve escena: una pasarela de lencería en donde la cámara se centra en ella así como en la reacción de admiración que produce su presencia en espectadores, cámaras y periodistas.

Estas visiones críticas dejan paso a la parodia en *Zoolander* (Ben Stiller, 2001), donde el protagonista, Derek Zoolander (Ben Stiller), es un modelo completamente descerebrado que es engañado por un poderoso empresario para que, hipnotizado, acabe con la vida del primer ministro de Malasia. En la película se suceden situaciones absurdas que marcan la visión cómica y paródica del mundo de la moda, donde hay, además, cameos de celebridades como Donatella Versace, Claudia Schiffer o Tommy Hilfiger.

Las revistas de moda, protagonistas de algunos documentales tal y como se ha visto, tampoco son ajenas al mundo de la ficción. Una de las películas más recientes y emblemáticas al respecto es *The Devil Wears Prada* (David Frankel, 2006), adaptación del bestseller homónimo de Lauren Weisberger. El centro de la historia, planteada como una sátira, es la revista *Runway* y su editora, Miranda Priestly (Meryl Streep), siendo una y otra trasunto de *Vogue* y Anna Wintour. A las oficinas de la publicación llega una inexperta Andy Sachs (Anne Hathaway), una recién licenciada periodista contratada como segunda asistente de Miranda; la joven, llena de prejuicios sobre la inutilidad de la moda, irá cambiando su visión. Su triunfo en el mundo de las publicaciones de moda dependerá de si está dispuesta a hacer los sacrificios necesarios, especialmente en cuanto a su vida privada se refiere. Miranda Priestly se perfila en la película como una figura muy influyente en el

universo de la moda desde *Runway*, imponiendo sus criterios en cuanto a tendencias pero, al mismo tiempo, caprichosa en cuanto a muchas de las necesidades que pide que sus asistentes conozcan antes de que ella misma se las haga saber y, además, altamente exigente. El cosmos de las revistas de moda emerge así como un entorno altamente competitivo, de entrega absoluta a esta actividad, con un elevado nivel de requerimientos en donde Andy se convierte en una esclava de Miranda Priestly, disponible para ella las veinticuatro horas del día.

Al margen de la temática, la película también destila mucha moda a través de los modelos que van dando forma a la transformación externa de Andy, cáscara de la que también está sucediendo en su interior. En este sentido, la cinta recurre a Molly Rogers y Patricia Field como asesoras de imagen donde visten a Anne Hathaway, en su metamorfosis con modelos de Calvin Klein, Vuitton, Moschino o Galliano, complementos de Chanel, bolsos de Prada y Calvin Klein, entre otros.

Funny face (Stanley Donen, 1957) es una película puente en relación con el tema de la moda, pues abarca a la vez el entorno de las revistas y la fotografía de moda. Considerada como “la película sobre moda más importante de la historia del cine” (Ramos, 2007: 198), abre con un gran y colorista número musical en las instalaciones de la revista *Quality*, donde Maggie Preston (Kay Thompson) habla de la influencia de su publicación en la mujer americana, dictando qué debe vestir. Para la realización del nuevo número, el fotógrafo Dick Avery (Fred Astaire), personaje inspirado en Richard Avedon busca a una modelo nueva y fresca; conoce por casualidad a Jo Stockton (Audrey Hepburn), la dependiente de una librería donde realizan una sesión de fotos. De acuerdo con la editora de la revista, conviene en convertirla en “la modelo americana”, para lo que le proponen ir a París. La joven, sin embargo, esconde un motivo de más peso para ella en su viaje a Europa: conocer al promotor de un movimiento existencialista, el enfaticismo. La atracción surge entre modelo y fotógrafo, no pudiendo evitarlo ninguno de los dos. El filme está repleto de escenas donde el protagonismo recae directamente en la moda, desde diferentes sesiones fotográficas en varios lugares emblemáticos de París (Tullerías, Ópera) donde se contrasta el estilo joven y fresco de Jo con el de las modelos tradicionales, de posado artificial y amanerado en la línea de la célebre Dovima, hasta desfiles de modelos, como el que muestra la definitiva transformación del personaje de Audrey Hepburn.

En varias de las cintas señaladas hasta ahora se ha mencionado la aparición del diseñador como personaje de ficción; precisamente Lauren Bacal, antes de interpretarlo en el filme de Robert Altman, fue diseñadora de moda en la comedia *Designing Woman* (Vincente Minnelli, 1957). La cinta plantea un choque de personajes que pertenecen a mundos *a priori* antagónicos: el cronista deportivo especializado en boxeo, Mike Hagen (Gregory Peck), y la exitosa diseñadora de moda Marilla (Lauren Bacall), tras una breve como apasionada relación, se casan. Los conflictos empezarán a sucederse, así como los malos entendidos. El mundo de la moda de los años cincuenta aparece retratado con gran refinamiento, muestra de ello es el desfile de diseños de su esposa al que asiste Mike, donde además se queda impresionado por los precios de las piezas que le anuncian las propias modelos; el propio personaje describe así la situación en modo narrador:

No me pregunten por qué asistí aquella tarde al desfile de modelos de Marilla. Sin duda alguna había perdido la cabeza. ¿No han asistido nunca a un desfile de modelos? Es una especie de rito pagano, un ceremonial en el que los fieles se sientan a tomar té y se rinde culto a los trapos. Y también llega el momento del sacrificio... ¡mil quinientos dólares por un vestido de noche!, ¡trescientos cincuenta por un salto de cama!, ¡qué locura! La gran sacerdotisa oficiante era mi Marilla.

Escenas como ésta se completan con la contraposición de las amistades de ambos: el grupo de amigos estrafalarios y artistas de la diseñadora frente a los de Mike, más elementales y viscerales, interesados en jugar al póker.

Espejo del carácter de los personajes

En muchas otras ocasiones, el empleo de la moda como recurso temático por parte del cine se adentra en reflejar tanto el carácter de los personajes como el arco de transformación de los mismos. En este sentido, es emblemática la primera adaptación para la gran pantalla de la popular serie televisiva *Sex and the City*. Con título homónimo (Michael Patrick King, 2008), la cinta emplea la moda como ya hizo la serie: nos muestra cómo Carrie (Sarah Jessica Parker) y la moda son indisolubles. Junto a sus amigas Samantha (Kim Cattrall), Miranda (Cythia Nixon) y Kristin (Charlotte York) es adicta confesa a la moda, habitual asistente a desfiles de prestigiosos diseñadores (las cuatro presencian los de

la semana de la moda de Nueva York) y devota de “los Manolos”. La moda es la forma en que la protagonista se expresa. *Sex and the City* contiene un completo muestrario de piezas exclusivas de renombrados diseñadores cuya presencia se debe a Patricia Field, asesora de estilismo: bolsos de Vuitton, Chanel y Dior se combinan con modelos de Thierry Mugler y los indispensables zapatos de Manolo Blahnik, siendo el vestido más iconoclasta de la película el de novia de Carrie, diseñado por Vivienne Westwood. De hecho, esta escena resulta relevante ya que incluso se muestran marcas de moda competidoras entre sí: “Carrie elige su traje de novia gracias a un reportaje para *Vogue*, donde firmas como Vera Wang, Carolina Herrera, Christian Lacroix, Dior y la finalmente elegida Vivienne Westwood comparten protagonismo a partes iguales” (Segarra y Tur, 2011: 450). Si necesitáramos definir el personaje de Carrie Bradshaw con una sola palabra sería *fashionista*. Y es aquí donde vuelve a aparecer, una vez más, el concepto de emplazamiento de producto. De este modo, tal y como señala Méndiz (2000), se consigue que todas esas marcas se integren como parte de la narración o del escenario en los espacios de ficción, además de desarrollar posibilidades de presencia de la marca,¹³ obtener ingresos complementarios (Madinaveitia, 2000), asociar valores positivos de una marca, producto o diseño en cuestión o disminuir ciertos inconvenientes detectados en la recepción por parte del espectador de la publicidad convencional (resistencias o desenganches cognitivos).

En un extremo bien distinto, que se contagia de la fábula con moraleja, tenemos a personajes adictos a las compras de artículos de moda. Así es la protagonista de *Confessions of a Shopaholic* (P. J. Hogan, 2009), Rebecca Bloomwood (Isla Fisher), una joven periodista que sueña con trabajar en una revista de moda y termina encontrando trabajo, en su lugar, en una de finanzas que pertenece al mismo grupo editorial. Bajo una apariencia insustancial, la película se adentra en los excesos del consumismo, peligros, y la adicción a las compras que sirve para definir a Rebecca, cuya falta de liquidez la lleva a ser perseguida por un insistente cobrador de morosos que motiva diferentes escenas cómicas. A Rebecca le cuesta reconocer su problema por la felicidad momentánea que le proporciona el hecho de ejecutar una compra. Siente

¹³ De hecho, en su investigación, Segarra y Tur (2011) han llegado a identificar (incluyendo la serie de televisión y la segunda secuela cinematográfica en su estudio) más de veinte marcas de moda emplazadas, siendo la más destacada Manolo Blahnik, con 7.3 %.

un vacío que intenta llenar con el uso de sus cada vez más agotadas y estresadas tarjetas de crédito, sufriendo su armario literalmente de saturación. En su periplo por las calles, la tentación de los escaparates es irresistible y los propios maniqués le hablan e incitan a consumir. Una de las escenas más relevantes es cuando la adicción de Rebecca alcanza la cima: tras guardar cola en una liquidación de grandes marcas, entra a la carrera, desatada y excitada junto a otras compradoras. Se convence a sí misma de que únicamente se llevará unos guantes de lana, de esa manera aplacará su ansiedad, sin embargo unas botas de Pucci la llevarán a tirar de los pelos (literalmente) a otra adicta, terminando finalmente en casa rodeada de bolsas, resultado de todas las compras compulsivas que ha realizado durante la jornada.

En varias películas ya señaladas, el arco de transformación del personaje protagonista femenino se muestra a través del vestuario. Para mostrarlo con más detalle vamos a tomar *Working Girl* (Mike Nichols, 1988) y su protagonista, Tess McGuill (Melanie Griffith), quien crea una falsa identidad para la cual su forma de vestir será determinante. Se transformará físicamente, dejando atrás una apariencia muy ochentera (exceso de maquillaje, cardado y laca), para su encuentro con Jack Trainer (Harrison Ford), quien también reflejará un progresivo y ambicioso cambio interior. Para tan crucial momento escoge un vestido negro del guardarropa de su jefa, que "es sencillo y con carácter, da imagen de seguridad y gusto por el riesgo, sin miedo por llamar la atención", tal como lo designa la propia Tess. En la fiesta, llama la atención de Jack, quien se dirige a ella alabando que "es la primera mujer que veo en una de estas fiestas vestida de mujer, y no de cómo una mujer piensa que se vestiría un hombre que fuera mujer". El resultado de la transformación de Tess es el refinamiento estilístico.

CONCLUSIONES

El cine se presenta como uno de los terrenos comunicativos de la moda, donde ésta ejerce un papel fundamental, de gran influencia, que trasciende el requerido a nivel básico por la puesta en escena. En la relación comunicacional entre cine y moda, de carácter interdependiente, la sociedad se revela como mediadora. Y en ello, además, interviene el componente económico: no podemos desvincular la presencia de marcas de moda y productos concretos de estrategias de mercado como el *product placement*.

Los diseñadores de vestuario y figurinistas cinematográficos son contadores de historias, del mismo modo que el propio director de una cinta o el guionista. Las películas hablan sobre personas, y de las cosas que les suceden a esas personas, y en este sentido la configuración del vestuario empleado es un elemento capital para dotar de vida a los personajes, hablar de sus caracteres sin necesidad de ninguna línea de diálogo.

El estudio emprendido ha permitido sistematizar las relaciones entre cine y moda desde la perspectiva específica de cada una de ellas, dotando para ello de ejemplos que han clarificado cada uno de los casos señalados. Se ha realizado un análisis más profundo y específico de la presencia temática de la moda en el cine, aspecto que proporciona una visión más detallada de la relación entre ambos. De esta manera, se desvela la gran potencialidad con la que cuenta el terreno documental, donde en los últimos años se han dado filmes de gran valía que abordan las vidas y trabajo de diseñadores, junto a aspectos de carácter más industrial (confección, revistas de moda) que vienen, en conjunto, a servir de plataforma comunicativa de un aspecto de la moda que suele estar bastante silenciado y que despierta, por lo general, la curiosidad del público en general, deseoso de conocer sus entresijos y secretos. Por otra parte, la ficción aparece como un fructífero terreno en el que películas biográficas de diseñadores y modelos, cintas ambientadas en el mundo de la moda (en pasarelas, revistas, fotografía y diseñadores ficticios) y el recurso a la moda como trasfondo de los personajes, abre las posibilidades a la crítica, la parodia y la visión con moraleja en muchas de estas historias donde, además, se aprovecha para realizar un auténtico desfile de primeras marcas ante el espectador, como parte del mecanismo de autenticación de los personajes y sus avatares. Lo cual, por otra parte, no deja de ser una estrategia comunicativa y de promoción de la moda, con la complicidad y la formidable plataforma que es el cine.

FILMOGRAFÍA

Título original	Año	Director
<i>Cleopatra</i>	1917	J. Gordon Edwards
<i>Tonight or Never</i>	1931	Mervin LeRoy
<i>Letty Lynton</i>	1932	Clarence Brown
<i>It Happened One Night</i>	1934	Frank Capra
<i>Rebecca</i>	1940	Alfred Hitchcock
<i>Stazione Termini</i>	1953	Vittorio De Sica
<i>Funny Face</i>	1954	Stanley Donen
<i>Sabrina</i>	1954	Billy Wilder
<i>Baby Doll</i>	1956	Elia Kazan
<i>Et dieu créa le femme</i>	1956	Roger Vadim
<i>Ariane</i>	1957	Billy Wilder
<i>Designing Woman</i>	1957	Vincente Minelli
<i>Breakfast at Tiffany's</i>	1961	Blake Edwards
<i>Charade</i>	1963	Stanley Donen
<i>The Birds</i>	1963	Alfred Hitchcock
<i>Doctor Zhivago</i>	1965	David Lean
<i>Bonnie & Clyde</i>	1967	Arthur Penn
<i>Easy Rider</i>	1970	Dennis Hopper
<i>Annie Hall</i>	1977	Woody Allen
<i>Amadeus</i>	1984	Milos Forman
<i>Dangerous Liaisons</i>	1988	Stephen Frears
<i>Working Girl</i>	1988	Mike Nichols
<i>The Cook, the Thief, his Wife, and her Lover</i>	1989	Peter Greenaway
<i>Paris is Burning</i>	1990	Jennie Livingston
<i>Pretty Woman</i>	1990	Garry Marshall
<i>Bran Stoker's Dracula</i>	1992	Francis Ford Coppola
<i>Kika</i>	1993	Pedro Almodóvar
<i>The Age of Innocence</i>	1993	Martin Scorsese
<i>Pret-à-Porter</i>	1994	Robert Altman
<i>The Adventures of Priscilla, Queen of the Desert</i>	1994	Stephan Elliott

Título original	Año	Director
<i>La cité des enfants perdus</i>	1995	Jean-Pierre Jeunet y Marc Caro
<i>La cinquième élément</i>	1997	Luc Besson
<i>Celebrity</i>	1998	Woody Allen
<i>Gia</i>	1998	Michael Cristofer
<i>Zoolander</i>	2001	Ben Stiller
<i>La mala educación</i>	2004	Pedro Almodóvar
<i>Seamless</i>	2005	Douglas Keeve
<i>Marc Jacobs & Louis Vuitton</i>	2006	Loïc Prigent
<i>The Devil wears Prada</i>	2006	David Frankel
<i>Atonement</i>	2007	Joe Wright
<i>The Secret World of Haute Couture</i>	2007	Margy Kinmonth
<i>The September Issue</i>	2007	R. J. Cutler
<i>Sex and the City</i>	2008	Michael Patrick King
<i>Valentino, the Last Emperor</i>	2008	Matt Tyrnauer
<i>A Single Man</i>	2009	Tom Ford
<i>Coco Avant Chanel</i>	2009	Anne Fontaine
<i>Coco Chanel & Igor Stravinsky</i>	2009	Jan Kounen
<i>Confessions of a Shopaholic</i>	2009	P. J. Hogan
<i>Diana Vreeland, the Eye has to Travel</i>	2011	Bent-Jorgen Perlmutter
<i>La piel que habito</i>	2011	Pedro Almodóvar
<i>Les misérables</i>	2012	Tom Hooper

REFERENCIAS

- Baños, M. y Rodríguez, T. (2003). *Product placement*. Estrella invitada: la marca. Madrid, España: Editorial Dossat 2000.
- Belluscio, M. (1999). *Vestir a las estrellas. La moda en el cine*. Barcelona, España: Ediciones B.
- Berry, S. (2000). *Screen Style: Fashion and femininity in 1930s Hollywood*. Minneapolis: University Of Minnesota Press.
- Calefato, P. (2003). *Cine y moda*. Valencia: Instituto de Estudios de Moda y Comunicación.

- Coll, P. (2012). El efecto Loewe: del trending topic al clipping de prensa. *Revista de Comunicación*, (24), 26-29.
- Del Pino, C. (2007). Nueva era en la comunicación comercial audiovisual: el marketing viral. *Pensar la Publicidad. Revista Internacional de Investigaciones Publicitarias*, 1(2), 63-76. Recuperado de http://revistas.ucm.es/index.php/PEPU/article/view/PEPU0707_220063A/15645.
- Derubín, J. (1996). Moda y cine. *Situación. Revista de coyuntura económica*, (2), 233-245.
- Donaton, S. (2004). *Madison & Wine*. Nueva York: McGraw-Hill.
- Guevara, M. E. y Mangini, F. (2007). Cine y moda. La permanencia de los viejos arquetipos. *Actas de diseño*, 1(2), 120-126.
- Izquierdo, A. (2012). Los peligros del "High Concept" en televisión. Recuperado de <http://www.vayatele.com/ficcion-internacional/los-peligros-del-high-concept-en-television-por-adriana-izquierdo>.
- Lipovetsky, G. (2002). *El imperio de lo efímero*. Madrid, España: Anagrama.
- Madinaveitia, E. (2010). La publicidad en medios interactivos: en busca de nuevas estrategias. *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, (82), 43-54. Recuperado de http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/seccion=1268&idioma=es_ES&id=2010020211580001&activo=6.do.
- Méndiz, A. (2000). *Nuevas formas publicitarias: patrocinio, product placement, publicidad e Internet*. Málaga, España : Editorial Universidad de Málaga.
- Pérez Álvarez, M. (1999). La influencia del cine en la conducta de la gente. *Ábaco. Revista de Cultura y Ciencias Sociales*, (21-22), 39-46.
- Ramos Rodríguez, M. J. (2006). Cine y moda en Hollywood: desde los orígenes hasta la década de los treinta. *Revista Latente. Revista de Historia y Estética del Audiovisual*, (4), 153-178.
- _____ (2007). Cine y moda en Hollywood: décadas de los cuarenta y cincuenta. *Revista Latente. Revista de Historia y Estética del Audiovisual*, (5), 183-203.
- Rech Oliván, I. (2003). Acerca de la moda y el cine. *A distancia*, (2), 106-111.
- Sauer, A. (2004). *Brandsploitation: a new genre in film*. Recuperado de http://www.brandchannel.com/features_effect.asp?fa_id=231.
- Segarra, J.A. y Tur, V. (2011). Análisis de contenido del emplazamiento publicitario en *Sexo en Nueva York*. Desde el Mac televisivo al hp cinematográfico. En Bort I., García S., y Martín M. (Eds.), *Actas del IV Congreso Internacional sobre análisis fílmico. Nuevas tendencias e hibridaciones de los discursos audiovisuales en la cultura digital contemporánea*. Universidad Jaume I, Castellón. Recuperado de <http://reprodoci.uji.es/xmlui/>

bitstream/handle/10234/31156/Segarra_Tur_ActasIVCongreso.pdf?sequence=1.

Victoria, J.S. (2005). *Hollywood y las marcas. Product placement*. Madrid, España: Ediciones Newbook. 

Propuesta para una investigación más equitativa

TANIA RODRÍGUEZ SALAZAR¹

Corona Berkin, Sarah y Kaltmeier, Olaf (Coords.) (2012).

En diálogo. Metodologías horizontales en Ciencias Sociales y Culturales. España: Editorial Gedisa.

En las Ciencias Sociales se han dejado de lado las preguntas sobre las relaciones entre investigadores e investigados: no es común encontrar cuestionamientos o reflexiones sobre cómo los sujetos de investigación son reducidos a objetos, sobre el estatus que se otorga a los saberes nativos, sobre quién escribe la ciencia o el conocimiento académico, desde qué perspectivas, con qué propósitos y beneficios. El libro *En diálogo. Metodologías*

horizontales en Ciencias Sociales y Culturales (2012), justamente reflexiona sobre estos problemas epistemológicos, metodológicos y políticos. Todos ellos fundamentales para dilucidar los nexos entre la producción del conocimiento y las relaciones de poder. Se trata de un libro colectivo, que tiene una composición interesante, sus autores provienen de distintas geografías dentro de los continentes americano y europeo y reportan experiencias de investigación en comunidades subalternas como los indígenas, los migrantes y las mujeres.

Este libro tiene una historia intelectual que vale la pena

¹ Universidad de Guadalajara.

recordar rápidamente. Los postestructuralistas nos hicieron sensibles de que el autor no debe verse como un autor soberano de significados sino como un tejedor de significados provenientes de otros, la antropología posmoderna cuestionó seriamente los relatos etnográficos e hizo notar que no estaban exentos de retórica ni de subjetividad, la crítica poscolonial ha puesto en entredicho el conocimiento construido e impuesto desde el exterior para comprender la historia y la cultura propia.

Instalados en las críticas postestructuralista y poscolonial a la etnografía clásica y a los estudios sociales y culturales, los coordinadores del libro, Sarah Corona y Olaf Kaltmeier, concibieron una obra sobre modos de crear conocimiento sin caer en las típicas jerarquías e imposiciones de significados de los investigadores a los investigados y enalteciendo formas de trabajo horizontal. Su obra es un manual básico para que estudiantes, profesores e investigadores, se acerquen a los postulados que sustentan metodologías horizontales. No obstante, las contribuciones que integran el libro no se limitan a criticar las prácticas (pos)coloniales de producción de conocimiento, sino que proporcionan al lector rutas y herramientas posibles para llevar a cabo prácti-

cas de investigación más equitativas y recíprocas. Todos los capítulos proponen formas operativas o prácticas para enfrentar los retos de la investigación horizontal.

Los autores de *En diálogo* muestran que las metodologías no pueden ser las mismas de siempre, pues las realidades están cambiando, al mismo tiempo que nuestros conceptos sobre las mismas. Surgen nuevos enigmas de cómo se comporta lo social, nuevas demandas éticas para la investigación social y cultural, nuevos cuestionamientos sobre la mejor manera de producir conocimiento sin abusos de poder y dando crédito no sólo a nuestros saberes, sino también a los de aquellos otros a los que investigamos.

En este sentido, podemos decir que es un libro novedoso, radicalmente distinto al sinnúmero de manuales de metodología publicados en México y en el mundo. En él, los lectores no encontrarán metodologías disciplinarias vigilantes del quehacer científico, sino más bien metodologías abiertas en las que según los coordinadores “el intercambio horizontal y recíproco es el punto de partida para producir conocimientos, cuyas condiciones deben ser negociadas permanentemente con los otros en el campo” (Corona y Kaltmeier, 2012: 12).

La propuesta de las metodologías horizontales recupera la visión de Bajtín sobre el carácter dialógico y polifónico del lenguaje, la cual se traslada al ámbito de la investigación. De este modo, los coordinadores del libro asientan:

Al plantear la investigación como fenómeno dialógico, nos aventuramos a la búsqueda de conocimiento mutuo en la que el otro es parte constitutiva del ser, en otras palabras, el investigado es parte fundamental del investigador, y viceversa. La voz del otro está determinada por quien la escucha en un diálogo en el que los sujetos toman turnos como hablante y oyente (Corona y Kaltmeier, 2012: 14).

Por lo que en este libro “investigar significa entonces promover ese encuentro para alternar miradas y proporcionar una visión más integral de ambas culturas” (Corona y Kaltmeier, 2012: 14).

El propósito de la investigación desde esta mirada no son las demandas científicas, sino sobre todo las de compromiso político con la equidad, la inclusión y la justicia. Las metodologías horizontales servirían para “descolonizar el conocimiento”, según una frase de Olaf Kaltmeier, sin caer en los esencialismos de las metodologías indígenas que suponen “que sólo un investigador nati-

vo puede escudriñar una cultura oriunda” (Kaltmeier en Corona y Kaltmeier, 2012: 29). En su capítulo, este autor formula una propuesta de metodología horizontal basada en el análisis de constelaciones de actores relacionados a partir del cual se negocian todas las etapas del proceso de investigación, incluidos la elección del tópico, la elección de los actores informantes, la lectura dialógica de las fuentes y la recuperación de fuentes autoetnográficas, la co-presencia en el campo, y el análisis y la interpretación. Aquí el investigador toma la figura del “facilitador, promotor y moderador del diálogo” (Kaltmeier en Corona y Kaltmeier, 2012: 53). En este capítulo también se llama la atención sobre las posibilidades de superar la “violencia epistemológica”, a partir de la cual el sujeto investigado se fija como objeto en el discurso. Para mitigar esta violencia se sugiere un cambio en las narrativas científicas en las que se recurra más a la polifonía y menos al analizador, y se trate de no despojar a las voces subalternas de sus derechos intelectuales.

El segundo capítulo de Mario Rufer desmonta los significados del habla, la escucha y la escritura en la investigación desde la crítica poscolonial, pero partiendo de los conocimientos polifónicos revelados y ponderados crí-

ticamente por Don Efrén, un informante que sabe cómo funciona la academia y cómo responder ante la misma. Aquí se propone utilizar “la escucha metodológicamente como una forma de registro de la diferencia” (Rufer en Corona y Kaltmeier, 2012: 76), como un recurso para superar las condiciones bajo las cuales suelen hablar y ser escuchados los subalternos.

Por otra parte, el capítulo de Sarah Corona sistematiza su propia experiencia de investigación horizontal con el pueblo Wixárika a partir de conceptos creados para dar cuenta de estas prácticas de aproximarse al otro dialógicamente y en condiciones de igualdad. Éstos son “autonomía de la propia mirada”, “conflicto generador”, “igualdad discursiva” y “autoría entre voces”. A partir de ellos la autora construye una propuesta integral para acercarse a la investigación del otro superando las imposiciones de lo hegemónico, en la que el último punto es sumamente revelador: la escritura a dos o más manos. Esta propuesta autoral condensa los principios de las metodologías horizontales, justamente en el momento en que el diálogo del campo suele convertirse en el monólogo del investigador. Estas reflexiones teóricas se aterrizan e ilustran con el caso de la implementación de una investigación

conjunta con indígenas en la que se usa la fotografía como instrumento para incitar el diálogo entre la cultura propia y la ajena.

El capítulo de Elisabeth Tuijder muestra el valor que pueden alcanzar el análisis del discurso y el enfoque biográfico como metodologías horizontales cuando se integran en una sola investigación y uno sirve para superar las deficiencias del otro. El análisis del discurso, a decir de la autora, permite desentrañar las relaciones de poder, y el biográfico es un método “orientado a las experiencias y significaciones del sujeto” (Tuijder en Corona y Kaltmeier, 2012: 134). Esta discusión se presenta tomando como eje su investigación de mujeres migrantes en la frontera norte de México.

Lograr la horizontalidad en la producción de conocimiento no es un acto de voluntad sino de negociación constante con el otro. No es suficiente tener buenas intenciones, sino que se requiere superar un número importante de barreras a la equidad en el proceso investigativo. Elucidar tales barreras y algunas formas posibles para superarlas es el centro de la discusión del capítulo de Yvonne Riaño. Ahí la autora destaca las barreras que conciernen a imaginarios, jerarquías sociales, intercambios comunicativos, poder en la definición de la investiga-

ción, el aprendizaje mutuo y los espacios o lugares de encuentro. La operación de estos principios en una práctica concreta es la metodología minga, que “consiste en una práctica precolombina de trabajo colectivo en la que no existe un intercambio económico sino que se realiza con fines de mutuo beneficio” (Riaño en Corona y Kaltmeier, 2012: 147)

En la contribución de Mailsa Carla Pinto y Rita Marisa Ribes se narran experiencias de investigación en las que las investigadoras aprenden sobre el terreno y logran visualizar la importancia que tienen ciertas prácticas cotidianas para generar condiciones de diálogo y de encuentro con el otro. Se refieren a la amistad como principio metodológico de “instauración política y epistemológica de un encuentro entre sujetos, en el que la investigación se vuelve un bien común” (Pinto y Ribes en Corona y Kaltmeier, 2012: 177).

Otro de los capítulos del libro, escrito por Carmen de la Peza, versa sobre un problema crucial de la investigación horizontal, el asunto de la traducción. Junto con Bajtín, la autora afirma que “todo acto de comunicación discursiva es un entramado de voces”, y en consecuencia, un lugar donde “se expresa el conflicto y la desigualdad derivados del carácter jerárquico de la sociedad” (De la Peza

en Corona y Kaltmeier, 2012: 191). Y siguiendo a Steiner caracteriza el proceso de traducción como un proceso complejo en que se establece un “pacto de inteligibilidad” y de confianza, que da paso a actos de “violencia interpretativa”, que son convertidos en actos de apropiación o incorporación de sentido; y finalmente culminan con una fase de compensación, de restablecimiento del equilibrio entre lenguas o culturas. La enseñanza metodológica es que para mitigar la violencia de la traducción, el investigador debe dejarse transformar por la cultura del otro, “aceptar la diferencia insuperable entre lo propio y lo extranjero, y asumir que en todo acto de traducción hay pérdidas. Esto supone “actos de hospitalidad lingüística” (De la Peza en Corona y Kaltmeier, 2012). La discusión empírica sobre el enorme problema de la traducción se ejemplifica con el análisis de una crónica periodística del entierro de un joven asesinado en Ciudad Juárez.

La propuesta de autoría *Entre voces*, comentada con anterioridad en el capítulo de Sarah Corona, es también el objeto de reflexión de la contribución de Rebeca Pérez, quien explica que el texto resultante de esta forma de escritura “no es un texto producido por equis persona o atribuido a equis individuo sino uno cultural que

atraviesa a los sujetos para posicionarse frente a otro también cultural” (Pérez en Corona y Kaltmeier, 2012: 215). Aquí también la autora se esfuerza por establecer la especificidad de los métodos horizontales y su diferencia con otras metodologías cualitativas que pretenden dar voz a los investigados. Estas metodologías no son lo mismo que las propuestas de la investigación-acción o de la investigación colaborativa caracterizadas por la “violencia de la intervención”.

Finalmente, el capítulo de Christian Büschges reflexiona sobre las luchas por la definición que surgen en la investigación de otros y sobre los esfuerzos que deben realizarse para negociar el lenguaje científico y el lenguaje de las identidades colectivas en la coyuntura actual de los movimientos indígenas que reconocen en el primero los discursos de la dominación poscolonial. En términos textuales uno de los dilemas metodológicos en la historia es “¿cómo hablar de los grupos subalternos, en nuestro caso la ‘población indígena’, sin caer en la trampa del esencialismo o callarse por completo asustado por las premisas teóricas de un constructivismo radical?” (Büschges en Corona y Kaltmeier, 2012: 241).

Las metodologías horizontales, a pesar de ofrecer miradas

y recursos innovadores, para la investigación social y cultural sobre los otros, sobre los “subalternos”, no puede verse como una propuesta todo terreno en las ciencias sociales, susceptible de aplicarse en cualquier situación de investigación y ante cualquier objeto de conocimiento. Los capítulos de *En diálogo* logran mostrar que estudiar a los otros subalternos exige horizontalidad y reciprocidad, lo que implica una renovación dialógica de la investigación en todas sus facetas, desde la elección del tema hasta la publicación de resultados. Sin embargo, quedan todavía muchas interrogantes ¿la investigación horizontal es útil cuando los otros no son los marginados o subalternos sino grupos en situaciones de privilegio?, ¿cómo superar las barreras de las asimetrías entre investigadores e investigados sin caer en espejismos románticos de igualdad o ausencia de poder?, ¿cómo saber si hemos alcanzado un conocimiento descolonizado en nuestras investigaciones?

El reto de investigar lo ajeno sin la imposición de lo propio, de convertirse en un intermediario dialógico entre culturas, no es cualquier cosa. Se requieren muchos esfuerzos de conceptualización, crítica e instrumentalización de los modos de hacer investigación bajo lógicas distintas a

las dominantes. Este libro es una enorme contribución para allanarnos el camino en esa ruta.

El título del libro, los capítulos que lo integran, las bibliografías citadas, las experiencias de investigación que se narran, reflejan corrientes de crítica y pensamiento que han destruido una serie de certezas que teníamos sobre cómo hacer ciencias sociales. Por esta razón *En diálogo* es una

obra que deben leer todos aquellos investigadores interesados en producir conocimiento en condiciones de diálogo y equidad como principios para superar la violencia epistemológica de la autoridad científica, la supuesta neutralidad de los textos etnográficos o de las investigaciones socioculturales y sus representaciones sobre los otros, y por supuesto, de las relaciones de poder. ❁

Los rostros del miedo y la violencia en la ciudad

MARÍA REBECA PADILLA DE LA TORRE¹

Salazar Gutiérrez, Salvador y Curiel García, Martha Mónica (2012).

Ciudad Abatida. Antropología de la(s) fatalidad(es). México: Universidad Autónoma de Ciudad Juárez.

El libro *Ciudad abatida. Antropología de la(s) fatalidad(es)*, de Salvador Salazar y Martha Mónica Curiel, presenta una línea de investigación para el estudio de la ciudad que es atravesada por la violencia; el caso de esta obra se sitúa en Ciudad Juárez, aunque lamentablemente es una situación que viven muchas más, por ello es una obra clave para quien aborde esta temática. Los autores plantean no quedarse en el recuento o análisis

de los eventos violentos que acontecen en el marco urbano, sino estudiar la estructura histórica e institucional de la violencia que da lugar a la violencia subjetiva. En esta obra se explica que la tendencia de los géneros informativos es presentar los sucesos del momento como un pensamiento fugaz, lo cual se ilustra a través de una analogía con la comida rápida *-fast food-*. En contraste, en este estudio se indaga en lo cotidiano situando en un diálogo la mirada de larga duración y el acontecimiento; y asume una característica del trabajo

¹ Departamento de Comunicación. Centro de Ciencias Sociales y Humanidades. Universidad Autónoma de Aguascalientes.

académico serio que trasciende lo evidente y no realiza un análisis superficial y simple de las problemáticas urbanas.

Este trabajo continúa la tradición del estudio de la ciudad y la violencia, con una fuerte presencia de las ideas de Rossana Reguillo, quien es una autora central, citada en varias ocasiones a lo largo de él. Salvador Salazar y Mónica Curiel señalan explícitamente que el propósito fue asumir una investigación que cumpliera con las tres características que señala Reguillo para evitar la tentación de abordar el tema con ligereza: interdisciplina, complejidad y densidad. Asimismo, explican que se trató predominantemente de un ejercicio reflexivo, pero reconociendo que ante los sucesos de violencia es inevitable dejar de lado lo emotivo.

La obra parte del miedo como concepto central, lo sitúan históricamente, definen y deconstruyen sus dimensiones para abordar el tema y señalan que lo más importante es indagar las consecuencias que desata en el deterioro de la memoria colectiva, la identidad y la posibilidad de vivir las urbes, al grado de evitar el simple acto de caminar por la ciudad. Desafortunadamente, el miedo en las ciudades se ha vuelto un elemento más con el cual viven sus habitantes. El análisis trasciende la

dicotomía entre víctima-victimario y el delincuente, asumiendo que existe una gama mayor de actores que contribuyen a la naturaleza estructural de la violencia. En este marco, los medios de comunicación, incluyendo las tecnologías de información y comunicación, son actores centrales debido al papel que tienen las narrativas que producen y ponen en circulación, las cuales contribuyen de manera medular a la construcción discursiva del miedo, la cual no ofrece una perspectiva integral de esta problemática, sino que se centra en una interpelación ideológica. Esta reproduce entre los habitantes de la ciudad prejuicios y discriminación entre varios sectores de la población, fortaleciendo la idea de que la amenaza se encuentra enraizada entre quienes se definen como diferentes o marginados y diluye el compromiso de otros actores sociales y políticos.

El marco teórico-metodológico que se presenta se aplica en el contexto de Ciudad Juárez, y los autores explican, en este caso, cómo desde la institucionalidad la violencia adopta una naturaleza sistémica que es ejercida por el Estado penal y las estrategias de mano dura como lo han sido el Plan Mérida y el operativo conjunto Chihuahua-Ciudad Juárez. Los autores dan a conocer las

cifras que revelan que las muertes violentas en esta ciudad de 2005 a 2007 no pasaron de las 500, mientras que en 2008, se incrementaron a 1500 y de 2009 a 2500. A partir de ello, el lector puede claramente inferir que la manera en la cual el estado ha pretendido erradicar la violencia no ha tenido resultados, por el contrario, ha contribuido a reforzar la violencia sistémica. La postura que ha definido el estado es trabajar en este estudio con base en dos conceptos clave: el “fetichismo de la securitización”, es decir, la construcción ideológica de una ilusión del resguardo; y el “cinismo puritativo”, el cual se refiere a que el Estado penal y sus cómplices como el Banco Mundial y otros organismos privados internacionales han promovido un contexto de la fatalidad. Los autores argumentan que claramente es cínica la postura del estado cuando aceptan que se violan los derechos humanos de la población, al verse afectados varios inocentes de todas las edades con sus acciones y aun así continúan llevándolas a cabo sin importar los altos costos que implica su propósito, no logrado, de vencer a la criminalidad.

Las anteriores premisas anteceden un capítulo dedicado, específicamente, al papel de los medios de comunicación y sus

audiencias en la conformación de la antropología urbana. Este señalamiento incluye en la reproducción de la violencia sistémica, de manera atinada, a todos los que conforman parte de los públicos que consumen las narrativas mediáticas, las cuales no demandan un tratamiento distinto de la violencia; de esta manera, las audiencias se vuelven cómplices de la violencia como espectáculo que es consumido y, por lo tanto, mantenido por la lógica de la industria de los medios. En este apartado se analiza la producción discursiva mediática institucional que ha colonizado la fatalidad y reducido la comprensión de la violencia a meras eventualidades sin asumir una responsabilidad compartida de la violencia sistémica. De esta manera, los medios se vuelven uno de los bastiones más fuertes de la institucionalidad cínica que ejerce el estado penal.

Comprender cómo se construye la fatalidad desde el campo discursivo mediático, así como su capacidad de dotar de rostros a los miedos, es fundamental para colocarnos frente al peso que la densa nube mediática ejerce en los imaginarios de los habitantes de la ciudad fronteriza del norte de México y que en gran medida favorece una amnesia colectiva al anecdotizar el evento violento (Salaazar y Curiel, 2012: 90).

Para emprender la tarea de entender esta conformación de la fatalidad, desde el discurso mediático en este libro, se propone un recorrido que se compone de tres momentos clave: el primero se sitúa en identificar a los actores que dominan los principales espacios mediáticos y que se encuentran en alianza con el Estado penal; segundo, se sitúa la mirada en la producción discursiva, no sólo de los medios institucionales y hegemónicos, sino además de las narrativas que circulan en un “orden paralelo”, de acuerdo con lo que Reguillo ha llamado la paralegalidad clandestina; y tercero, se busca desenmascarar el cinismo que envuelve a estas narrativas y que conduce a la parálisis y aceptación del contexto de la fatalidad como un mal que debe ser aceptado, sin que la población vislumbre otras posibilidades de organización y acción colectiva frente a la violencia.

Los autores ofrecen a través de este caso, evidencias para confirmar la hipótesis de Reguillo que señala que la retórica empleada predominantemente en las narrativas mediáticas presentan la violencia de manera sensacionalista, fomentando la emoción e inhibiendo la crítica y la racionalidad entre las audiencias. El mal se fija en los delincuentes que son exhibidos por el estado y entroniza a estos

monstruos como chivos expiatorios. La sociedad se siente aliviada y no comprende y menos actúa frente a su propia responsabilidad y la de otros actores sociales que mantiene la estructura violenta. El marco mediático cínico se une al del estado y la fatalidad se convierte en un mercado publicitario, como se ha hecho antes con las personas discapacitadas.

Esta investigación propone como hipótesis clave comprender que la paralegalidad clandestina no es propia sólo del crimen organizado, también se dan acciones fuera del marco legal de parte del propio Estado y de los ciudadanos que mantienen el contexto de violencia en el cual se vive. Sin embargo, fijar la culpabilidad en los sujetos que son detenidos y exhibidos en las narrativas mediáticas contribuye a señalar al mal fuera de la propia sociedad y su gobierno y crear la ilusión de que se avanza hacia una seguridad y paz social.

Salvador Salazar y Mónica Curiel no se quedan en la descripción de la fatalidad, asumen un horizonte de esperanza al estudiar asimismo las prácticas que los ciudadanos generan en respuesta a la violencia que los abate. Una de las alternativas es la búsqueda de nuevos escenarios comunicacionales que promuevan el reconocimiento del papel que tiene

la sociedad, de manera integral, en la presencia de la violencia. El planteamiento es cambiar el sentido de la mirada, de muchos que miran a unos pocos, en el sentido del panóptico de Foucault, hacia la mirada de la violencia propia, incluso a partir del hogar y entre los propios ciudadanos.

La obra describe que actualmente, en Ciudad Juárez, y lo podemos constatar en varias ciudades, una de la estrategias que han empleado los habitantes es la “hierofanía del resguardo” consiste en colocar distintas barreras y zonas de contención en torno a la casa habitación, segmentando y separando la ciudad. En contraste, emerge la práctica de la “dramatización de la resistencia”, que busca hacer frente a la fatalidad mediante una acción colectiva que propone una socialidad del reconocimiento de la violencia como una situación que se vive en común y que hay que enfrentar en colectivo en lugar de fortalecer la socialidad del resguardo y de la desconfianza entre quienes cohabitan la ciudad. Otra alternativa clave constituye recuperar la memoria de la violencia vivida y darles palabra y visibilidad a quienes la han sufrido en el espacio público.

Este libro, sin duda, merece ser leído por varias razones. En primer lugar, ofrece un marco-teó-

rico y metodológico para el estudio de la violencia en las ciudades, los autores recuperan las ideas clave de varios investigadores con una importante trayectoria en este tema y desarrollan, a partir de ellas, sus propias aportaciones. El estudio se centra en Ciudad Juárez, una de las ciudades que con tristeza se ha convertido en emblema de la violencia; sin embargo, esto está presente en varias ciudades de México y otros países, por ello resulta un material valioso para quienes estudien la problemática de la violencia en otros contextos y emprender la tarea de integrar un caleidoscopio del acontecer de la violencia de manera más amplia. Una característica de la obra que no debe pasarse por alto son las fotografías que se presentan al interior de sus páginas; hay varias muy significativas e ilustrativas, aunque faltó señalar los créditos de sus autores.

Además, los autores contribuyen en la tarea a la que ya han convocado Susan Sontag y Johan Galtung, quienes han aportado ideas clave sobre la violencia y el sufrimiento, los cuales han afirmado la necesidad de develar y deconstruir la violencia para que sea ésta la abatida y no las ciudades que habitamos. Sontag describió la iconografía del sufrimiento y los sentidos implícitos de exhibir al enemigo, quehacer

que han realizado Salvador Salazar y Mónica Curiel en Ciudad Juárez. Coinciden con Galtung en orientar los esfuerzos hacia la violencia estructural y cultural, la cual nutre de manera profunda la situación que viven las urbes y no quedarse en la violencia visible y directa que es el resultado y no el motivo profundo.

A pesar de que el tema inevitablemente conduce a sentimientos de desaliento, sí ofrece una esperanza en la expresividad y la acción colectiva de la resistencia que han emprendido varios ciudadanos valientes. Sin duda, como

explica Galtung, “cada cultura, (en este caso Ciudad Juárez), tiene un regalo para la cultura mundial de la paz”. La paz debe permear la mente, el cuerpo y el espíritu de los juarenses, emprendiendo la tarea de esta sanación a partir de la reorganización política, económica y cultural. En estas páginas se trasciende el caso de Ciudad Juárez y se ofrece la oportunidad de comprender de manera más amplia, compleja y profunda, precisamente como lo pretendieron los autores, lo que sucede, no sólo en esta ciudad, sino en otras que son fundamentalmente nuestros hogares.



RESÚMENES

RAÚL FUENTES NAVARRO
REGIONALIZACIÓN, SOCIOCULTURA Y COMUNICACIÓN:
REFLEXIONES CONTEXTUALES Y CONCEPTUALES

En conmemoración del 30 aniversario del estudio de la comunicación en la Universidad Autónoma de Aguascalientes, se retoma una reflexión que parece haber sido abandonada en este campo de estudios, al menos en su conceptualización: la regionalización sociocultural. Se recuperan y discuten dos acercamientos que abrieron perspectivas promisorias hace más de veinte años y se propone reasumir, en relación con esfuerzos más recientes de investigación, la necesidad de elaboración teórica y de debate político en la doble dimensión de la escala regional: la que remite a lo local y la que lo hace a lo global.

Palabras clave: regionalización, estudios socioculturales, teoría de la comunicación.



MARTA RIZO GARCÍA
MIRAR LA CIUDAD. ESPACIO, COMUNICACIÓN Y CULTURA URBANA

Comprender la ciudad requiere de una mirada abierta e interdisciplinaria. Es fundamental incorporar la experiencia de quienes la habitan, por lo que no puede entenderse sin referirse a los sujetos que conviven y se comunican en ella. A los enfoques sociológicos, antropológicos y urbanísticos, hay que sumar la relevancia que toma la ciudad como objeto de estudio de la comunicación. Aunque la pregunta por la ciudad no constituye una novedad en este campo, hoy esta preocupación requiere una perspectiva más amplia, que no reduzca a la ciudad como mero telón de fondo del estudio de las prác-

ticas comunicativas que acontecen en ella. En las siguientes páginas se presenta un recorrido por algunos de los rasgos de la ciudad, vista como espacio social, experiencia, diversidad y, por último, como un sistema de comunicación.

Palabras clave: ciudad, comunicación, espacio, experiencia, cultura urbana.



JANNY AMAYA TRUJILLO
LA HABANA A TODO COLOR. REPRESENTACIONES DE LA CIUDAD
EN LA TELENVELA CUBANA CONTEMPORÁNEA

Este artículo se propone describir las representaciones de la ciudad de La Habana en tres telenovelas cubanas contemporáneas. Se identifican algunas de las líneas en las que se han desarrollado los estudios en comunicación y ciudad, y se recuperan algunos presupuestos teóricos para el análisis de las representaciones de la ciudad en productos ficcionales. El análisis se hace a partir de categorías como el uso de geosímbolos y paisajes urbanos, las zonas de visibilidad urbana representadas, y las heterotopías como recursos de representación de la ciudad en las telenovelas. Los resultados del análisis muestran que, pese al intento recurrente de la telenovela de reflejar la diversidad social y los conflictos emergentes en la sociedad cubana actual, ha prevalecido una tendencia a la construcción de una representación normalizada, optimista y positiva de la ciudad.

Palabras clave: ficción televisiva, telenovela, representación de la ciudad.



DORISMILDA FLORES MÁRQUEZ

FORMAS DISTINTAS DE VIVIR LA CIUDAD: LA EXPERIENCIA URBANA
EN LAS PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL EN AGUASCALIENTES

El presente artículo aborda la relación entre la ciudad y la Internet, mediante el estudio de las prácticas de comunicación en la red vinculadas con la ciudad en tres grupos de Aguascalientes: Tequila Valley Aguascalientes, Movimiento Fotocaminante y Bicicálidos. Teóricamente, se partió del concepto de *territorios informacionales*, de André Lemos, y metodológicamente se optó por una etnografía multisituada.

Como resultado, es posible identificar formas diferenciadas de vivir la experiencia urbana con relación a las tecnologías de información y comunicación. Se observa la emergencia de una cultura de la colaboración, así como una preocupación colectiva por la ciudad, desde distintas perspectivas, como la búsqueda de innovación y desarrollo tecnológico, la defensa del medio ambiente y la movilidad, así como propuestas culturales independientes.

Palabras clave: estudios de Internet, estudios sobre comunicación y ciudad, experiencia urbana.



BIANCA RACIOPPE

EL MOVIMIENTO DE LA CULTURA LIBRE: UN ENTRAMADO DE REDES
EN POS DE OTROS MODOS DE CIRCULAR
LA PRODUCCIÓN CULTURAL-ARTÍSTICA

Este artículo analiza los modos en que se vinculan y asocian los artistas que deciden licenciar sus obras con Copyleft o Creative Commons. Integran así, el Movimiento de la Cultura Libre que propone la libre circulación de los bienes simbólicos sin suscribirse a las pautas más estrictas del *copyright* en cuanto a prohibiciones de circulación y copia.

Si bien estas ideas de la libre circulación de las obras son residuales, ya que tienen sus bases en un período premoderno (o precapita-

lista) en el que las obras se compartían socialmente sin pagar regalías, es en este contexto atravesado por las lógicas de Internet y las tecnologías digitales que compartir se vuelve más accesible y este debate en torno a la propiedad intelectual cobra vigencia. En este contexto, grupos y colectivos de artistas deciden poner a disposición de otros sus producciones, permitiendo la copia, pero también la derivación de sus materiales.

Palabras clave: Movimiento de la Cultura Libre, comunicación, Internet, producción creativa, modos de organización.



VÍCTOR OCTAVIO FONSECA LÓPEZ
EL MÉTODO DEL ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO Y SU APLICACIÓN
EN LOS SITIOS DE INTERNET HARE KRISHNA

El artículo propone el análisis crítico del discurso, en combinación con las categorías hipermedia de la comunicación digital interactiva y el marco interpretativo de los estudios visuales como un método mixto propicio para el análisis de sitios de Internet. Como ejemplo, se analizaron los sitios web del movimiento Hare Krishna. El texto explica las matrices que se diseñaron y los resultados que surgieron a partir de ellas.

Palabras clave: análisis crítico del discurso, comunicación digital interactiva, estudios visuales, Internet, Hare Krishna.



CITLALLI GONZÁLEZ PONCE
DOS INDÍGENAS PASEANDO EN SAINT PALAIS:
LECTURA E INTERPRETACIÓN DE LA IMAGEN EN CONTEXTOS DISLOCADOS

El artículo presenta un estudio sobre la lectura fotográfica realizado con niños en dos escuelas francesas. El trabajo se enmarcó en la importancia del contexto comunicativo en el que están inmersos, así como en el entorno físico en que les es presentada la imagen. Este trabajo comparó los resultados con los obtenidos en una investigación previa realizada en México, con niños pertenecientes a dos contextos comunicativos diferentes.

Palabras clave: lectura fotográfica, contextos comunicativos, alfabetización visual en niños.



MÓNICA BARRIENTOS BUENO
COMUNICACIÓN Y MODA: LA PERSPECTIVA CINEMATOGRAFICA
CONTEMPORÁNEA ESTADOUNIDENSE Y EUROPEA

El papel de la comunicación en la moda es amplio y extenso, destaca por su relevancia e impacto. En la relación específica entre cine y moda se mantiene una gran dependencia entre uno y otra. A partir de ello, se plantea una sistematización y un análisis específico, a través de ejemplos, de las conexiones entre ambos, dando especial énfasis al empleo de la moda como recurso temático en las películas estadounidenses y europeas. Esto proporciona una visión global y particular, a la vez, del papel comunicativo del cine con relación a la moda y de la moda con relación al cine, donde se incluyen también referencias al componente publicitario.

Palabras clave: cine, moda, diseño de vestuario.



ABSTRACTS

RAÚL FUENTES NAVARRO
REGIONALIZACIÓN, SOCIOCULTURA Y COMUNICACIÓN:
REFLEXIONES CONTEXTUALES Y CONCEPTUALES

In occasion of the commemoration of the 30th anniversary of the study of communication at the Autonomous University of Aguascalientes, the reflection of the sociocultural regionalization, at least in its conceptualization, is returned, which seems to have been abandoned in this field of study. The dimensions of the “regional” scale: the local and the global are recovered based on two promising research approaches, which were proposed twenty years ago. It is suggested that they be discussed in relation to recent research efforts due to the need for theoretical and political debate.

Keywords: regionalization, sociocultural studies, communication theory.



MARTA RIZO GARCÍA
MIRAR LA CIUDAD. ESPACIO, COMUNICACIÓN Y CULTURA URBANA

It requires an open and interdisciplinary perspective to understand the city. This article explains that it is essential to incorporate the experience of those living in cities, because these can't be understood without taking into account the subjects who live and communicate in them. The city as an object of study must be assumed by a communicative approach as well as a sociological, anthropological and urban. Although the question about cities isn't new in the communication field, this concern requires today a wider view that won't reduce the city to a mere background in the study of communicative practices. The following text presents an overview of some of the features of the

city, as a social space, experience, diversity, and finally as a communication system.

Key words: city, communication, social space, experience, urban culture.



JANNY AMAYA TRUJILLO
LA HABANA A TODO COLOR. REPRESENTACIONES DE LA CIUDAD
EN LA TELENOVELA CUBANA CONTEMPORÁNEA

This article aims to describe representations of the city of Havana through three contemporary Cuban soap operas. The fundamental lines that have been developed to study the relationship between communication and the city are identified and some theoretical perspectives for the analysis of the representations of the city in fiction are recovered. The analysis is based on categories such as the use of geosymbols and urban landscapes, urban zones visually represented and heterotopias as resources to represent the city in soap operas. The results show that, in spite of the attempts of soap operas to reflect the social diversity and the emergent conflicts in Cuba's contemporary society, prevails a trend to construct a normalized, optimistic and positive representation of the city.

Key words: Television fiction, soap opera, representation of the city.



DORISMILDA FLORES MÁRQUEZ

FORMAS DISTINTAS DE VIVIR LA CIUDAD: LA EXPERIENCIA URBANA
EN LAS PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN DIGITAL EN AGUASCALIENTES

This article focuses on the relation between the city and the Internet, by studying the practices of online communication related to the city, in three groups in Aguascalientes, México: Tequila Valley Aguascalientes, Movimiento Fotocaminante, and Bicicálidos. The theoretical framework is based on André Lemoís concept of *informational territories* and the methodological approach is a multi-sited ethnography.

In the main outcomes, it is possible to identify different ways of living the urban experience linked to information and communication technologies. Also, it was observed that a collaboration culture and a collective concern for the city have emerged, from different perspectives such as the search for innovation and technological development, the defense of the environment and the right for mobility, as well as independent cultural proposals.

Key words: Internet studies, communication and city studies, urban experience.



BIANCA RACIOPPE

EL MOVIMIENTO DE LA CULTURA LIBRE:
UN ENTRAMADO DE REDES EN POS DE OTROS MODOS DE CIRCULAR
LA PRODUCCIÓN CULTURAL-ARTÍSTICA

In this article the ways that artists, who choose to license their work by Creative Commons or Copyleft, link and associate are analyzed. These artists are members of The Free Culture Movement that proposes the free distribution of symbolic goods without subscribing to the strict guidelines of Copyright. Even though ideas of the free circulation of creative works are recent, they are based in a pre-modern (or pre-capitalist) period in which they were socially shared without paying royal-

ties; in the actual context -crossed by the logic of Internet and digital technologies- sharing becomes “more accessible” and debate on intellectual property is updated. In this perspective, groups of artists and collectives have decided that other artists may have access to their work or derivations of it.

Keywords: Free Culture Movement, communication, Internet, creative works, modes of organization.



VÍCTOR OCTAVIO FONSECA LÓPEZ
EL MÉTODO DEL ANÁLISIS CRÍTICO DEL DISCURSO Y SU APLICACIÓN
EN LOS SITIOS DE INTERNET HARE KRISHNA

The article proposes critical discourse analysis, in combination with hypermedia categories of digital interactive communication and the interpretative framework of visual studies, as a mixed method suitable for the analysis of sites on internet. As an example, the websites of the Hare Krishna movement were analyzed. This text explains the matrices that were designed and the results that emerged through them.

Keywords: Critical discourse analysis, digital interactive communication, visual studies, Internet, Hare Krishna.



CITLALLI GONZÁLEZ PONCE
DOS INDÍGENAS PASEANDO EN SAINT PALAIS:
LECTURA E INTERPRETACIÓN DE LA IMAGEN EN CONTEXTOS DISLOCADOS

This article presents a study of photographic reading among children of two French schools. Its main framework was the importance of the com-

municative context in which they are immersed as well as the physical environment in which the image was presented to them. The results are compared with those obtained in a previous research between children of different communicative contexts in Mexico.

Keywords: photography reading, communicative contexts, visual literacy among children.



MÓNICA BARRIENTOS BUENO
COMUNICACIÓN Y MODA: LA PERSPECTIVA CINEMATOGRAFICA
CONTEMPORÁNEA ESTADOUNIDENSE Y EUROPEA

The role of communication in fashion is extensive and diverse, both depend strongly on each other This specific relation is highlighted due to its relevance and impact. From this premise, a systematic analysis is realized through examples, with a special emphasis on the thematic presence of fashion in american and european films. This leads to a global and particular vision, at the same time, of the communicative perspectiva of cinema in fashion and of the world of fashion in regard to the movie industry, with a reference to advertising as another component.

Keywords: cinema, fashion, costume design.



CALEI- DOSCOPIO



CRITERIOS DE ADMISIÓN PARA COLABORACIONES

Caleidoscopio, revista semestral de Ciencias Sociales y Humanidades es un proyecto editorial que surgió hace poco más de quince años. Es una publicación académica arbitrada, con periodicidad semestral de la Universidad Autónoma de Aguascalientes, en la que tienen cabida trabajos de las áreas relacionadas con la Educación, las Humanidades y el Arte, así como con las Ciencias Sociales y Administrativas.

Los trabajos se entregarán en disco compacto, en archivo Word (extensión .doc), acompañados por una copia impresa, o enviados por correo electrónico a caleidos@correo.uaa.mx. Las colaboraciones enviadas por correo postal se dirigirán a: Revista Caleidoscopio. Centro de Ciencias Sociales y Humanidades, Edificio 6, planta alta. Avenida Universidad No. 940, Col. Cd. Universitaria, C.P. 20131, Aguascalientes, Ags., México. Atn. Dr. Enrique Luján Salazar.

Las modalidades de los textos académicos serán las siguientes:

- *Artículos* de investigaciones concluidas que presenten un problema, con un marco teórico-metodológico adecuado, sus hallazgos y las conclusiones que hayan derivado de ellos.
- *Ensayos* que presenten reflexiones sobre el estado del arte o de la cuestión de la investigación actual en un área del conocimiento.
- *Propuestas metodológicas* en el área de conocimiento.
- *Reseñas* sobre libros relevantes en el campo de las ciencias sociales y las humanidades, sobre una temática inscrita en los temas o áreas de interés antes mencionados.

Para artículos, *ensayos, estados del arte y propuestas metodológicas* se requiere:

1. Un texto inédito, producto de un trabajo de investigación de calidad, de pertinencia académica y que suponga una contribución original al conocimiento.
El envío o entrega de un trabajo a esta revista compromete a su autor a no someterlo simultáneamente a la consideración de otras publicaciones. Los trabajos entregados serán versiones definitivas.
2. Contar con una extensión de 15 a 30 cuartillas tamaño carta, incluyendo notas, bibliografía, gráficos, imágenes, mapas, planos, etcétera. Esto es, máximo 9000 palabras.
3. Tipo de fuente Times New Roman, en 12 puntos para el texto y 10 puntos para pies de páginas, con un interlineado de 1.5 para el texto y sencillo para las notas. No poner macros ni viñetas de adorno y sin hacer énfasis en fuentes tipográficas; utilizar cursivas sólo para voces extranjeras y publicaciones (títulos de libros, de revistas y de periódicos).
4. Las notas deben ir a pie de página con la referencia completa del material citado.
5. Cada texto podrá contar hasta un máximo de cinco imágenes, en escala de grises a negro, incluyendo mapas, cuadros y gráficas. No se aceptarán imágenes a color, de ningún tipo.
6. En el texto se señalará debidamente el lugar en el que se incluirán las imágenes, incluyendo todos los datos de identificación y las mismas se anexarán en archivos independientes (identificables para su inserción), con un formato .tif de al menos 300 dpi.
7. Los artículos iniciarán con un resumen del trabajo tanto en español como en inglés de 15 a 20 líneas, es decir, entre 70 y 75 palabras, e incluirán 4 o 5 palabras clave.
8. Los trabajos deberán incluir (en el mismo archivo) una reseña curricular de 10-20 líneas, en la que conste el grado de estudios obtenidos y la institución de adscripción, además de sus 3 últimas publicaciones.
9. Las fuentes de consulta irán al final del artículo en este orden: autor (apellidos, nombre completo, no iniciales), obra (en cursiva), editorial, lugar de edición, año. Ejemplos: a) Pérez

Romagnoli, Eduardo, *Más allá del vino. Industrias derivadas de la vitivinicultura moderna en Mendoza y San Juan. Dinámicas de una región en formación (1885-1930)*, Prohistoria ediciones, Rosario, 2010; b) Rojas Nieto, Beatriz, "El cultivo de la vid y la fabricación de chinguirito" en *Relaciones. Estudios de historia y sociedad*, v. VII, El Colegio de Michoacán, Zamora, núm. 26, primavera 1986, pp. 35-57.

Las páginas electrónicas, con referencia completa, anotando la fecha de consulta.

En el caso de números monográficos podría solicitarse y cumplirse con los criterios establecidos por la APA.

10. Los autores podrán sugerir los nombres de tres dictaminadores, indicando sus datos de adscripción institucional, especialidades académicas y direcciones electrónicas, para tener referencia de la posible audiencia del trabajo.
11. Una vez emitidas las evaluaciones de los árbitros consultados, bajo la modalidad doble ciego (*peer review double blind*), será del conocimiento de los autores el acta de dictamen, y tendrán un plazo no mayor de dos meses para entregar la versión final del artículo con las correcciones pertinentes. La dirección de la revista verificará la versión final con base en los dictámenes y comunicará a los autores la información del número de la revista en el que será publicado su trabajo. A lo largo de este proceso se conservará el anonimato de los árbitros y autores. El resultado del dictamen final podrá ser:
 - a) Aceptado sin modificaciones o con modificaciones menores.
 - b) Condicionado a realizar modificaciones mayores, dentro de la fecha límite de dos meses, una vez entregadas las observaciones.
 - c) Rechazado.

Reseñas. Las reseñas son revisiones críticas de libros o trabajos recientes (últimos tres años), relacionados con las ciencias sociales y las humanidades –historia, sociología, antropología, educación, comunicación, ciencia política y administración pública, derecho, psicología, literatura, arte, cultura, arquitectura, etcétera.

Deberán señalar las aportaciones y limitaciones de la obra reseñada, así como su vinculación con la literatura previamente publica-

da sobre el tema que se aborda. La extensión será entre cinco y diez cuartillas.

Cesión de derechos y autoría. Los autores de los trabajos aceptados concederán el permiso para que el material se difunda en *Caleidoscopio, revista semestral de Ciencias Sociales y Humanidades*. Los derechos patrimoniales de los artículos publicados serán cedidos a la Universidad Autónoma de Aguascalientes. El formato de la carta de cesión de derechos se les enviará oportunamente.

Cada autor será responsable del contenido que presenta. En el caso de los textos colectivos, el primer autor asume la responsabilidad intelectual de los resultados del proceso editorial.

Para el tema de las imágenes, los autores se comprometen a obtener la licencia formal o la debida autorización para reproducir materiales gráficos, fotográficos o de otra naturaleza que pertenecen a terceros. La UAA no puede hacerse cargo de ningún trámite.

Los autores serán plenamente responsables en caso de falsificación de datos o falta de autenticidad en la investigación o el texto elaborado.

CALEI- DOSCOPIO



VERSIÓN ELECTRÓNICA
AÑO 16, NÚMERO 28,
ENERO-JUNIO DE 2013.

LA EDICIÓN ESTUVO AL CUIDADO DE MARÍA REBECA PADILLA DE LA TORRE, NORMA ISABEL MEDINA MAYAGOITIA, ENRIQUE LUJÁN SALAZAR Y DEL DEPARTAMENTO EDITORIAL DE LA DIRECCIÓN GENERAL DE DIFUSIÓN Y VINCULACIÓN DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE AGUASCALIENTES.