

Signo y cultura

Diego Lizarazo Arias

Profesor-Investigador de la Universidad Autónoma Metropolitana, México

1. La semiosis social como redefinición de la cultura

Tylor inauguró una rica discusión antropológica en torno a la explicación de la cultura cuando propuso su *concepción total* en la que se congregaban el conjunto de las obras intelectuales, los artefactos y las prácticas humanas, con lo cual rebasaba las visiones reductivas que la identificaban exclusivamente con el arte, la producción aristocrática o el saber científico. Una compleja historia científica en torno a su definición emergería con la polémica entre evolucionistas y relativistas, representantes de la etnopsiquiatría y difusionistas, o entre los seguidores de Malinowsky y los adeptos del pensamiento de Rafclin Brown. En los últimos años, sin que la discusión haya menguado, parece darse un consenso relativo en torno al reconocimiento de la naturaleza sígnica de la cultura. Lévi-Strauss considerará al lugar del lenguaje como sistema vertebral de las culturas y señaló puntualmente que más que la presencia de objetos manufacturados (definitorios del “homo faber”), o cualquier otra propiedad, es la presencia del lenguaje articulado lo que nos revela que estamos ante una cultura y lo que define el límite con la naturaleza. Para Lévi-Strauss el lenguaje constituye el medio privilegiado y esencial de asimilación de la cultura de nuestro grupo y el sistema más perfecto del orden cultural sobre el cual se fundan todos los demás códigos del espacio social. No hay sociedad sin lenguaje: “...todos los pueblos del mundo (...) toda la humanidad, en sus manifestaciones más antiguas y más humildes, han conocido el lenguaje articulado (...) la aparición del lenguaje coincide plenamente con la aparición de la cultura” (Lévi-Strauss, 1977: 138). Sociedad y lenguaje son categorías coextensivas: sólo sobre el lenguaje se funda la sociedad y el lenguaje es a su vez la construcción central de la sociedad. La clave de la significación

comenzó a señalarse entonces como un principio capaz de revelar la especificidad definitoria de la cultura: “los estudios semioantropológicos (...) tendían a mostrar que la cultura por entero es un fenómeno de significación y de comunicación y que humanidad y sociedad existen sólo cuando se establecen relaciones de significación y procesos de comunicación” (Eco, 1988: 50). La cultura parece hallarse entonces en el territorio de la significación social, en el marco de la *semiosis*. Refiere a códigos significativos, a sistemas y estructuras simbólicas de representación y autoidentificación. En este sentido, Yuri Lotman ha planteado:

Toda la variedad de las demarcaciones existentes entre la cultura y la no cultura se reduce en esencia a esto, que, sobre el fondo de la no cultura, la cultura interviene como un *sistema de signos*. En concreto, cada vez que hablamos de los rasgos distintivos de la cultura como ‘artificial’ (en oposición a ‘innato’); ‘convencional’ (en oposición a ‘natural’ y ‘absoluto’), ‘capacidad de condensar la experiencia humana’ (en oposición a ‘estado originario de la naturaleza’), tendremos que enfrentarnos con diferentes aspectos de la esencia signica de la cultura (Lotman, 1979:68).

Socialmente se utilizan todos los materiales como soporte para la construcción de significados culturales: la escritura, el sonido, el vestido, los movimientos corporales, los gestos, los objetos, las prácticas y las actividades sociales, así como los elementos de la naturaleza, los espacios y los tiempos individuales y colectivos. Todo se vuelve elemento de las operaciones de simbolización que hacen estallar el ejercicio de la cultura en los diferentes planos y resquicios de la existencia social, lo que significa, por ejemplo, que los objetos y las prácticas devienen en objetos y actos culturales en tanto se reconocen como *signo*. De allí que Geertz se plantee la antropología como un trabajo de interpretación de los signos culturales: “El concepto de cultura que propugno (...) es esencialmente un concepto semiótico. Creyendo con Max Weber que el hombre es esencialmente un animal inserto en tramas de significación que él mismo ha tejido, considero que la cultura es esa urdimbre y que el análisis de la cultura ha de ser por lo tanto, no una ciencia experimental en busca de leyes, sino una ciencia interpretativa en busca de significaciones” (Geertz, 1991: 20). La antropología simbólica y la semiología han señalado que el primer gran efecto de la cultura es la constitución de identidades y alteridades sociales: la

significación, como sabemos, opera por oposiciones y diferencias, entonces la significación cultural permite separar, distinguir, organizar el trazado del mundo, configurar la arquitectura social. La cultura construye y distribuye identidades: articula un “nosotros” frente a un “ellos”, demarca lo que somos, configura la carne de lo que consideramos nuestro grupo. Bourdieu ha reflexionado profusamente los principios de distinción y separación cultural, y ha sido capaz de vencer el *nominalismo* que una asunción equivocada de la perspectiva cultural pudiese contraer en la descripción social, al suponer que la estructura social responde sólo a distribuciones simbólicas. La cultura lo abraza y filtra todo, definiendo hasta los más diminutos resquicios de la existencia humana, pero la sociedad no es sólo cultura, ni los fenómenos sociales se reducen a operaciones simbólicas. Las relaciones productivas, por ejemplo, constituyen vínculos sociales relevantes, que no podemos plantear como relaciones signícas so pena de no comprender, justamente, lo que significan. Pero esto no significa, por otra parte, desconocer que las relaciones de producción implican una dimensión simbólica irreductible. Así las cosas, Bourdieu se ha planteado, ante el riesgo del nominalismo y ante el reduccionismo realista, que las clases y los grupos sociales no pueden comprenderse por uno solo de los factores que los constituyen:

La clase social no se define por una propiedad... ni por una suma de *propiedades*... ni mucho menos por una cadena de propiedades ordenadas a partir de una propiedad fundamental (la posición en las relaciones de producción) en una relación de causa a efecto, de condicionante a condicionado, sino por la estructura de las relaciones entre todas las propiedades pertinentes, que confiere su propio valor a cada una de ellas y a los efectos que ejerce sobre las prácticas (Bourdieu, 1991:104).

Los grupos sociales, las relaciones de antagonismo y distinción, las tensiones de fuerza y el ejercicio del poder no se definirán sólo por aspectos económicos o políticos, sino por una multitud de factores (étnicos, sexuales, pedagógicos, simbólicos, religiosos, económicos, estéticos...) que se presentan como "redes" de relaciones que responden a cierta lógica de organización. La sociología bourdiana puede identificarse entonces como un gran esfuerzo por pasar de un pensamiento

de la uni-determinación, a un pensamiento más complejo de la *multidimensionalidad social*. Esto implica un proceso de descentramiento del ámbito de la producción como lugar privilegiado de estudio de la sociología, al reconocimiento del consumo como un ámbito, también relevante para la *conformación de las clases sociales* y la configuración de las *distinciones sociales*. La forma en que se usan los objetos y las posibilidades de acceder a unos u otros significados (la capacidad de decodificarlos o entenderlos) configuran diferencias sociales y establecen procedimientos para el ejercicio del poder. El pensamiento bourdiano nos permite conjurar la mistificación que identifica como universalmente válida y superior la producción cultural y los gustos de algunos grupos sociales y que coloca, por lo general, el gusto legítimo (o gusto burgués) como el parámetro y criterio general de medida de toda otra orientación. Si somos capaces de vencer esta esencialización del gusto y de apreciar el espacio social y sus orientaciones en una perspectiva analítica, veremos que el tipo de bienes simbólicos que se seleccionan, la manera en que se distribuyen y la forma en que se apropian o consumen definirán diferencias significativas entre los grupos y la clases sociales. Distinguirse socialmente no sólo implica tener un mayor o menor ingreso económico, sino también gustar de la música de jazz o de las cumbias norteñas, preferir las películas de Hollywood al cine francés o cubano. Y a partir de allí la diferenciación social radica también en *qué se hace* con uno u otro producto simbólico, *cómo se le consume*, de qué forma se usa y cómo se exhibe socialmente.

2. Comunicación y consumo cultural

En *La distinción* Bourdieu analiza la forma en que las diversas clases representan su relación con ciertas obras y experiencias (1991), plantea que todas las prácticas sociales, y todos los objetos consumidos por la sociedad, implican no sólo su adquisición para el *uso*, sino su representación *simbólica* que define y enclasa a quien los usa. Operación de *enclasmiento del gusto* y dinámica de jerarquización e *instanciación* del consumo que se desarrolla a partir de un complejo de valores socio-culturales derivado de la correlación de fuerzas del mundo social.

Nos acercamos a una visión sociológica del consumo que reflexiona la continuidad entre el objeto de consumo y la práctica social de su fruición. En parte esto es lo que han sostenido tanto Mukarovsky (1977) como Bajtín(1984): el primero, en un contexto estético, al señalar que la distinción tajante entre valores intrínsecos de la obra y valores sociales es artificiosa porque la obra convoca la apropiación interior de las significaciones y sentidos exteriores (con lo cual neutraliza el formalismo radical que aspiraba a destazar la obra del mundo social en el que se produce y al que se destina); y el segundo, en un ámbito filosófico, al poner en duda el principio fundamental del inmanentismo textual al indicar que la división interior/exterior (texto y contexto) es engañosa y nos impide comprender la manera en que la interioridad se hace de la exterioridad, y la exterioridad se articula por la extroyección de las interioridades (asunto que remite a la célebre dialéctica bourdiana de *habitus e instituciones*).

El rescentramiento sociológico del consumo ha redefinido buena parte de la descripción de los fenómenos sociales y de la explicación teórica, y especialmente ha mostrado la relevancia de los *mass media* en las nuevas configuraciones de la cultura. En esta dirección se ha conformado en los últimos años un movimiento intelectual interdisciplinario interesado en el *consumo cultural* que reconoce que los objetos son portadores de valores socializados por el consumidor, a tal punto que logran simbolizar identidades, comportamientos y distinciones:

El mercado es, por tanto, una instancia de socialización. Al lado de la familia, la religión y las naciones, modela la personalidad de los hombres: Su influencia es planetaria, y se desdobra en la marcha de la modernidad-mundo (...) El espacio del mercado y su consumo se tornan así lugares en los cuales se engendran, y comparten, patrones de cultura (Ortíz, 1988:101).

El consumo rebasa su adscripción a la racionalidad puramente económica y adquiere una referencia sociocultural donde la apropiación de los objetos es un acto de representación pública y el consumo cultural “la apropiación por parte de las audiencias de los productos y los equipamientos culturales, las relaciones que establecen con ellos, las resignificaciones y las nuevas asignaciones de sentido a los que los someten” (Rey y Barbero, 1999:16). Este movimiento implica un

replanteamiento de las descripciones de la identidad, que, por lo menos en las experiencias juveniles, no parecen definirse tanto por la nacionalidad o la herencia cultural, como por la pertenencia a circuitos móviles y desterritorializados:

...redefinición del sentido de pertenencia e identidad, organizado cada vez menos por lealtades locales o nacionales y más por la participación en comunidades transnacionales (...) de consumidores (los jóvenes en torno del rock, los televidentes que siguen los programas de CNN, MTV y otras cadenas transmitidas por satélites). (García Canclini, 1996: 24).

En esta dirección Mary Douglas y B. Isherwood cuestionan el estereotipo del consumo como práctica superficial y suntuaria, señalando su conexión con procesos de elección y reelaboración del sentido social y como una forma de ejercer la cultura y el pensamiento propio. El consumo no se puede explicar única y reductivamente como el resultado de la manipulación mediática, sino que se encuentra en conexión con procesos miméticos (ya señalados por Bourdieu al caracterizar el gusto cultural medio) y especialmente con la capacidad de elección conciente de las personas en casi todas las sociedades a través de la historia. Douglas e Isherwood cuestionan también la dicotomía de bienes materiales y bienes espirituales que constituye la base de la esquematización y la simplificación del consumo y que tiende a pensarse como la oposición entre bienes necesarios para la sobrevivencia y bienes superfluos. Proponen una reflexión más consecuente cuando muestran que los bienes materiales traen satisfacción espiritual y los bienes "superfluos", al cabo del tiempo, se hacen necesarios. Refieren, por ejemplo, una investigación inglesa que muestra que para los obreros es más importante el prestigio social de pagar una vuelta de cerveza a los colegas más pobres que contribuir para la ambulancia del distrito (Douglas, M. e Isherwood, B. , 1979: 126), cuestión que en nuestro contexto se muestra con evidencia en los hábitos de mayordomía de casi todas las comunidades tradicionales. Me parece que se trata de la continuidad entre el consumo simbólico y aquel comportamiento social que los antropólogos clásicos identificaban como el *potlach*. El consumo es entonces una operación cultural en la que se muestra el tipo de bienes que somos capaces de consumir y la manera en que lo hacemos. Emerge así la dimensión estética del consumo donde, como ha

señalado García Canclini, cuestiones como el *shopping* (las visitas a los centros comerciales) no tienen muchas veces el objetivo de consumir bienes sino una clase de placer y una reificación o simulación de estatus cultural. Una especie de *función hedonista* permite realizar el consumo de tal forma que representa una búsqueda social del placer o, planteado de otra manera, una gratificación psicológica que ya ha sido explorada por Ewen (1988: 239). La *ilusión del consumo* se entreteje con este placer degustativo que en la observación de una vidriera es en buena medida paralelo a la experiencia de ver una pintura en el museo. Dos cuestiones debemos observar aquí: por una parte, que en un cierto orden limítrofe entre sociología y psicoanálisis la reflexividad estética que involucra el consumo reclama una línea de pensamiento que plantea cuestiones distintas a las que buscan Veblen, Bourdieu o Douglas al explorar el problema específico del *placer* del consumo: “El principio del placer se vuelve dominante. La búsqueda del placer es un deber desde que el consumo de bienes y servicios pasa a ser la base estructural de las sociedades occidentales. Y, a través de la *midia global*, este principio se extiende a todo el mundo” (Lash y Urry, 1994: 296). A partir de su interés por el *estilo* como representación cultural, Ewen muestra el itinerario histórico por el cual se debilita el interés por el valor utilitario de los objetos y adquiere prioridad el punto de vista estético:

A medida que el estilo llegaba a una clase media de consumidores ampliamente definida, el valor de los objetos fue siendo cada vez menos asociado a manufactura o calidad material y cada vez más derivado del factor abstracto y maleable del aspecto estético. (Ewen, 1988: 38).

Por otra parte, no podemos dejar de mencionar (y esto parece poco considerado por los investigadores anglosajones) la bipolaridad que en buena parte de los públicos tiene esta experiencia estética ante los objetos de consumo (como en la práctica típica del *shopping*), que a la vez es *ilusión* y *resignación*. Despliegue del placer estético pero a la vez irreductible conciencia íntima de las limitaciones y las imposibilidades al acceso pleno. Placer siempre precario porque se mezcla dulzona e irientemente con la obscena evidencia de la inaprehensibilidad.

Los estudios se han planteado que la apreciación consecuente del consumo debe reconocer que allí se desatan procesos reflexivos, cognoscitivos y volitivos: “cuando seleccionamos los bienes y nos apropiamos de ellos, definimos lo que consideramos públicamente valioso, las maneras en que nos integramos y nos distinguimos en la sociedad, en que combinamos lo pragmático y lo disfrutable” (García Canclini, 1996: 19). Simultáneamente la globalización cultural intensifica la exigencia del derecho al consumo, en un entorno de individuos cosmopolitas (por la textualidad mediática que opera en el nivel de lo global) donde el concepto de ciudadanía, antes referido al derecho de participar de las decisiones en la esfera política, pasa ahora a la esfera de lo civil con un énfasis en los derechos del consumidor. El individuo posmoderno se desinteresa de la política mientras se interesa en consumir los diversos bienes que el mercado mundial le dispone y busca trascender su localidad para consumir la cultura internacional (Lash y Urry, 1994: 309). Esta resignificación de la ciudadanía por la fruición encuentra su clave fundamental en la configuración de las sociedades mediáticas:

No fueron tanto las revoluciones sociales, ni el estudio de las culturas populares, ni la sensibilidad excepcional de algunos movimientos alternativos en la política y en el arte, como el crecimiento vertiginoso de las tecnologías audiovisuales de comunicación lo que volvió patente de qué manera venían cambiando desde el siglo pasado el desarrollo de lo público y el ejercicio de la ciudadanía. Pero estos medios electrónicos que hicieron irrumpir a las masas populares en la esfera pública fueron desplazando el desempeño ciudadano hacia las prácticas de consumo. Se establecieron otros modos de informarse, de entender las comunidades a las que se pertenece, de concebir y ejercer los derechos. (García Canclini, 1996: 23).

Múltiples y abigarradas son las visiones que identifican esta toma de la cultura por los sistemas mediáticos, incluso parecen radicalmente opuestas. Desde la Escuela de Francfort, que con Adorno y Horkheimer anunciaba el proceso negativo de degradación y vanalización de la cultura en el que tanto las experiencias espirituales del arte y del pensamiento, como los tejidos sociales tradicionales, terminaban por disolverse en el nuevo escenario de la sociedad de masas, hasta las más próximas perspectivas posmodernas donde el advenimiento de la sociedad mediática

constituye el principio de destrucción de la organización moderna y sus parámetros fundacionales:

Esta multiplicación vertiginosa de las comunicaciones, este número creciente de subculturas que toman la palabra, es el efecto más evidente de los medios de comunicación y es a su vez el hecho que, enlazado con el ocaso o, al menos, la transformación radical del imperialismo europeo, determina el paso de nuestra sociedad a la postmodernidad (Vattimo, 1994: 14).

Emerge entonces la convicción casi unánime (adscrita por sociólogos, filósofos, pedagogos, antropólogos, comunicólogos...) de que las sociedades contemporáneas resultan incomprensibles si de ellas sustraemos a los medios de comunicación y sus inconmensurables discursos y referencias. Las sociedades postindustriales, informacionales, mediáticas o posmodernas se caracterizan por encontrarse reticuladas por infinitas redes de pequeñas y grandes industrias de comunicación que contribuyen a la creación de nuevas estructuras en la relación con otros y consigo mismo:

De manera fundamental, el uso de los medios de comunicación transforma la organización espacial y temporal de la vida social, creando nuevas formas de acción e interacción, y nuevos medios de ejercer el poder, disociados del hecho de compartir un lugar común (Thompson, 1998: 17).

Martín Barbero ha señalado que hoy las experiencias culturales han dejado de corresponder lineal y excluyentemente a los ámbitos y repertorios de las etnias o las clases sociales. Emerge un “tradicionalismo” de las élites aristocráticas y académicas que poco tiene que ver con el de los sectores populares, y un “modernismo” donde, convocadas por las industrias culturales, se *reúnen* las clases medias y populares con buena parte de las burguesías.

La cultura mediática se inserta vigorosamente en la educación, la política, la moral pública, las relaciones interpersonales y en el escenario macrosocial, transforma las identidades nacionales y redibuja el encuentro conflictivo de dichas identidades, contribuye a la fragmentación de las historias nacionales, reconfigura las tradiciones, y a la vez apunta a la emergencia de esferas transnacionales donde

nuevas estéticas irrumpen en el escenario deshaciendo los clásicos principios apolíneos, descentrando la convivencia urbana y desterritorializando la cultura. En síntesis, estamos obligados a *refigurar* el pensamiento social:

De este modo, no hablamos de una cuestión que se refiere a deportes extravagantes y a curiosidades ocasionales, o del hecho admitido de que lo innovador es, por definición, difícil de categorizar. En realidad, hablamos de un fenómeno que es lo bastante general y específico como para sugerir que lo que estamos observando no es otro simple trazado del mapa cultural (...) sino una alteración radical de los principios de la propia cartografía. Algo que le está sucediendo al modo en que pensamos sobre el modo en que pensamos (Geertz, 1991: 76).

3. Globalización comunicativa y diversidad cultural

Hace 100 años Franz Boas descubría perplejo la imposibilidad de los *haida* para identificar las fotografías de los osos de su propia región (en esencia era la misma experiencia que tuvo Malinowsky con los *troviandeses* o Herskovits con los *dahome*). No se trataba sólo de la dificultad por descifrar las claves iconográficas que la fotografía impone, sino también de cierto malestar, dado que les parecían *indignas*. Un oso para los *haida* se dibuja pleno: sobre el plano aparecen en contigüidad su anverso y reverso, razón por la cual la fotografía les parecía una inadmisibile mutilación. La imagen naturalista occidental, el fiel reflejo que para la técnica occidental constituía la fotografía, perdía su transparencia en estos lejanos mundos culturales. Los otros tenían formas diversas de ver y formas maravillosamente disímiles de representar. Hoy ya no estamos del todo seguros de eso. La planetarización comunicativa ha significado una vertiginosa dinámicas de formación de códigos de percepción, de sistemas semánticos y de dispositivos de interpretación. El principio de la analogía se vierte sobre la cultura global: las estructuras iconográficas se transnacionalizan y los sistemas de representación tienden a hacerse universales. ¿Podemos hablar de un nuevo y gran problema etnológico de la tendencia a la desaparición del otro? La globalización comunicativa parece plantearnos esa clase de problemas, la tensión semántico-experiencial en la que de un lado se moviliza una creciente dinámica de unificación de los referentes y

los lenguajes comunicativos y del otro se restituyen y resisten (en su sentido foucaultiano) los referentes, los códigos y las representaciones locales. En términos geosociales la globalización de los medios es una dinámica en la que las grandes empresas trasnacionales entran al espacio comunicativo de una diversidad mayor de países y de regiones en el planeta. La televisión trasnacional, por ejemplo, adquiere un lugar en los espacios regionales, y muchas de las televisiones locales se fusionan, se integran o se disuelven en estas macro-industrias culturales. Se conforma una gran red planetaria en la que se fusionan la televisión por cable, los sistemas cibernéticos y algunos servicios de telecomunicación de punta como el videoteléfono. El espacio audiovisual deja de ser un territorio local, o incluso nacional, y se proyecta a un horizonte mundial. La globalización de los medios implica la configuración de un escenario planetario de tránsito hipersaturado de discursos audiovisuales por múltiples vías y la formación de una vasta y densa iconosfera planetaria en la que los discursos mediáticos locales se fusionan con la discursividad transnacional. Se realiza con su máxima potencia la capacidad transterritorial de los medios electrónicos. Es posible plantear que los medios recuperan uno de los aspectos clave de la comunicación de las sociedades orales: la simultaneidad de la acción, la percepción y la reacción. Digamos que la hipótesis de McLuhan sobre la reemergencia de la multisensorialidad de la era electrónica se realiza en el entorno mediático, donde la oralidad reaparece pero con diferencias sustanciales: ya no está sujeta a las limitaciones del tiempo o del espacio. Los mensajes electrónicos pueden preservarse y pueden experimentarse simultáneamente por millones de personas con independencia de su ubicación física. La línea divisoria entre el "ellos" y el "nosotros" se desplaza de tal manera, que el sentido del "nosotros" ya no se conforma sólo por la solidaridad presencial (cara a cara) o por compartir textos análogos. Los medios electrónicos saltan los ambientes literarios tradicionales, las gregaridades próximas y las fronteras nacionales. Proporcionan una nueva visión del mundo al enlazar, a través de su discursividad, a personas que no han leído lo mismo, que no comparten los mismos territorios y que quizás no hablan la misma lengua. Los medios como extensiones sensoriales de los que hablara McLuhan parecen mostrarse con un alcance planetario: tendencial

comunidad transterritorial de las experiencias. Entonces las culturas locales se redefinen por la vigorosa presencia de los relatos y las imágenes transversales: las localidades ya no se marcan como límites estancos, la urdimbre narrativa debilita los márgenes y los mitos locales se conectan con las cosmogonías mediáticas transnacionales. Pero conviene recordar que frente a las diversas formas de asumir el vigor globalizante (ya sea desde una perspectiva *integrada* que identifique dicho proceso como la construcción de un gran espacio de diálogo y encuentro universal, o desde una perspectiva *apocalíptica* que lo identifique como el fin de las singularidades), y por más enfática que sea la tendencia a la homogenización de los contenidos y los lenguajes, la decodificación, la interpretación social, seguirán siendo un territorio fundamental de resemantización, de reasignación de sentidos y de relectura. Los mismos discursos circulando por todo el planeta se reconfiguran según los espacios culturales particulares en los que se leen, los campos de recepción se constituyen como ámbitos para la realización de la diferencia y de la alteridad. En alguna ocasión tuve oportunidad de visitar una de las comunidades de ladrilleros en las zonas marginales al sur de Bogotá (una de las 100 comunidades más pobres del mundo, según un estudio de los jesuitas) y recuerdo que en una de las pocas tiendas de latón del paraje, un grupo de jóvenes famélicos fumaban un cigarro y veían en la televisión un *talk show* americano sobre la obesidad y la pulsión de la comida. La interpretación juvenil del mensaje transnacional resultó inequívoca: “allá se mueren por comer tanto”. Digamos que la alternativa entre globalización o preservación de la identidad puede ser engañosa. No se trata de la restitución o, incluso, de la exploración de las identidades como autonomías indiscutibles y como segmentaciones definitivas, se trata del problema de las identidades en el contexto de las alteridades múltiples, de las heterogeneidades culturales. Un escenario que permite el reconocimiento de la debilidad de las certezas locales y el reconocimiento menos reductivo y arquetípico de los otros. En ese sentido, la globalización no ha de verse como una elemental oposición entre lo global y lo local, sino reconocer la especificidad de las múltiples y complejas mediaciones entre las dos puntas. Requerimos un principio de sensatez ante lo que tan vastamente llamamos globalización. La globalización no significa, no se concibe ni se experimenta igual por

todos. Desde la perspectiva de un consejo de empresarios de una transnacional la globalización implica un contexto y un arsenal de tácticas que les permita ingresar en espacios locales y aprovechar para su beneficio los mercados, los recursos biológicos y culturales, el bajo valor de la fuerza de trabajo de las naciones marginales. Pero desde la perspectiva de las organizaciones y las empresas de los países periféricos significa la posibilidad de ingresar a mercados más vastos y legitimados. La globalización desde la mirada de un migrante fronterizo, de un *bracero*, parece representar una experiencia bipolar de expectativas económicas y de incertidumbre y sobrecogimiento cultural. Ninguna de dichas visiones representa la experiencia pura de la globalización. Incluso podríamos decir que no parece claro que efectivamente la globalización sea *global*, parece más bien un proceso de correlación o de fusión entre pocas naciones, y más exáctamente entre pocas organizaciones de dichas naciones. Son interrelaciones entre grupos de naciones, alianzas entre grupos específicos de empresas, conformación de mercados regionales. La globalización no parece ser un proceso de interrelación global donde todas las instancias, todas las culturas se vinculen con todas. La globalización parece excluir a aquellos grupos e individuos que no interesan económica ni políticamente. Ana María Decock, una especialista en comunicaciones de la FAO refiere la historia de Nadimba, una mujer de Malawi que vive con sus siete hijos cerca de la frontera con Mozambique. En su pueblo no hay electricidad, ni teléfono, ni agua potable. Apenas sabe escribir su nombre y lee con dificultad. Las escasas películas que ha visto han sido de algunas unidades móviles que pasaron por su pueblo. Muy pocas veces escucha la radio familiar porque el costo de las pilas se lo impide: “Como muchos otros africanos de las zonas rurales, Nadimba vive totalmente fuera de la aldea global de información. En su mundo no existen ni las antenas parabólicas, ni los módems, ni los ordenadores” (Decock, 1996). Sin embargo, las fusiones globales, los nuevos mercados, la transformación de los poderes transnacionales afectará su vida aunque no acceda al universo informatizado que anunció McLuhan. Padecerá la globalización aunque sus pretendidos beneficios no la alcancen nunca. Pero es importante, como contraparte, reconocer también que paralelamente a este vertiginoso proceso de unificación

global del campo tecnológico, industrial y empresarial de las comunicaciones, en los últimos 20 años se ha desarrollado una dinámica *desde abajo*, consistente en la creación y consolidación de iniciativas de comunicación microregionales y locales sustentadas no en empresas o industrias sino en organizaciones sociales, comunidades y agrupaciones populares. Esta realidad comunicativa periférica se distingue integralmente de los macro sistemas comunicativos, porque el sentido que parece constituirla no es el de la máxima rentabilidad económica ante el mercado, sino la generación de procesos con sentido social, no se articula por la ganancia económica sino por el beneficio cultural, no concibe a sus destinatarios como consumidores sino como identidades sociales a las que se dirige en una aspiración dialógica. Su relación con la sociedad es radicalmente distinta a la de la lógica industrial comunicativa, en tanto los *medios comunitarios* parecen un bien colectivo y no un instrumento privado para el beneficio y enriquecimiento particular. Múltiples organizaciones, como “Open Window Network (O.W.N.)”, red sudafricana de televisión comunitaria; “Videazimut”, organización de alcance internacional que integra asociaciones de activistas por la comunicación colectiva; en el contexto latinoamericano, por ejemplo, “LibreComunicación”, la “Red Venezolana de Medios Comunitarios”, la “Red Nacional Indígena de Comunicación e Intercambio Audiovisual” en Bolivia y el “Consejo Latinoamericano de Cine y Video de los Pueblos Indígenas” (CLACPI), fundado en México en 1985, muestran este paralelismo y este proceso social de toma de la globalización. A nivel mundial quizás el ejemplo más notable es la “Asociación Mundial de Medios Comunitarios (AMARC)” que busca enlazar iniciativas de todos los continentes. Es necesario decir que estos enlaces se hayan fundamentalmente en una dinámica de intercambio de experiencias y apoyos, lo que anuncia una siguiente fase que estaría caracterizada por la fusión estructural, que consistiría en la generación de un verdadero paralelo a nivel social y popular de los poderes comunicativos transnacionales de sello industrial. Es interesante explorar esta perspectiva y tratar de caracterizarla, en especial porque representa no sólo complejos e interesantes problemas internos a las organizaciones populares (¿cómo mantener una visión que recupere la perspectiva y los valores locales cuando nos planteamos un

alcance global?, ¿cómo comunicamos, en términos planetarios, las culturas locales?), sino porque augura un territorio de inusitados conflictos por la redefinición del espacio comunicativo planetario (la *mediásfera*, a decir de Román Gubern). En esta dirección un primer anuncio de dicho conflicto se encuentra en la experiencia del “Canal 45” de Lima, canal comunitario de “Villa El Salvador”, una de las más pobres barriadas de la capital peruana, que disputa con las cadenas comerciales una audiencia cercana a los dos millones de televidentes.

4. Signos electrónicos: las neoculturas

La imagen es el reflejo de una realidad básica, señala Baudrillard, cuando nos hallamos en el primer momento de un devenir inquietante que se convertirá (valga la paradoja) en un *principio* (casi un *slogan*) para el pensamiento posmoderno. *La imagen enmascara y pervierte la realidad básica*: estamos aún en el período clásico, en el mundo pre-industrial donde la imagen remeda tosca y erráticamente lo real, donde la imagen puede mentir. *La imagen señala la ausencia de una realidad básica*, el mundo moderno distiende la imagen reproduciéndola masivamente, destituyendo y pulverizando el aura diría Benjamin. Por fin, *el simulacro de la propia imagen* donde ya no hay relación con realidad alguna, donde los límites entre la representación y la realidad se derrumban y no viene al caso la diferencia entre los signos y su referencia: “Hoy en día, la abstracción ya no es la del mapa, la del doble, la del espejo o la del concepto. La simulación no corresponde a un territorio, a una referencia, a una sustancia, sino que es la generación por los modelos de algo real sin origen ni realidad: lo hiperreal. El territorio ya no precede al mapa ni le sobrevive. En adelante será el mapa el que preceda al territorio” (Baudrillard, 1993: 9-10). Esfera de la pura imagen donde la referencia se ha extinguido. Información carente de soporte, o mejor aún: soporte informático que exhibe la simulación de lo real, la ausencia de soporte. Baudrillard ha anunciado una nueva concepción-experiencia de la cultura que se sustenta en la pureza total de su comunicabilidad, es decir, en la signicidad sin referencia, su total y enfática naturaleza informativa. Sin duda nos hallamos ante la visión que

más radicalmente redefine la cultura por la comunicación. La precesión de los simulacros deshace la realidad que en la nostálgica visión clásica le servía de sustento, y convierte la cultura en una *deriva* (el término es de Derrida) interminable. Parecemos entrar en lo que Paul Virilio ha llamado el “no-lugar de las tecnologías teletópicas”, donde la comunicación no se produce ya en un contexto físico (incluso social) delimitable, sino en relaciones virtuales definidas por distintas modalidades de *telepresencia*. La sociedad mediática y cibernética se dibuja desde estas visiones como una *matriz* tendida por tecnologías cibernéticas de diverso calibre, donde la cultura ha dejado de ser lo que era y se constituye ahora en *tele-cultura*. Es tan radical el planteamiento que las *ciudades teóricas* como la *Global Village* de Marshall McLuhan, la *Informational City* de Manuel Castell y la *Mentópolis* de Marvin Minsky se confunden con las ciudades ficción de William Gibson en *Neuromancer* y de Neal Stephenson en *Snowcrash*.

Sólo mencionaré, vertiginosamente, tres ámbitos en los que las condiciones tecnológicas contemporáneas parecen dibujar el panorama de un neomundo, una cibersociedad: la experiencia del sujeto, la experiencia de las relaciones humanas y la experiencia de la sociedad. En el *orden del sujeto*, por decirlo sintéticamente, el imaginario y la experiencia contemporánea parecen plantearse la redefinición de la corporalidad, la destitución de los límites del cuerpo y la simbiosis hombre-máquina. Vale recordar el planteamiento mcluhiano de “los medios como extensiones del hombre”, en el que reposa una premisa fundamental: la tecnología es extensión humana (McLuhan, 1969). La tecnología no es entonces *exterioridad*, sino continuidad, desenvolvimiento específico de la sustancia humana; como en Wiener cuando funda la cibernética como una clase de ontología. La informática representa la modalidad más enfática de dicha extensión: la mente se distiende en los circuitos cibernéticos y se guarda en la memoria artificial de las máquinas. Alvin Toffler hablaba de la emergencia contemporánea de una nueva clase de trabajadores, a la que llamaba el “cognitariado”, una generación de individuos que ya no sobreviven por el uso de su fuerza física, que no dependen del músculo, sino del pensamiento, nuevas sociedades que laboran con símbolos en las terminales de computadoras y en los escenarios recurrentes de los servicios. La

estrecha relación entre cognitariado y ordenadores alcanza un punto muy alto con el desarrollo de las *redes neurales*: sistemas cibernéticos inteligentes que no sólo moldean las expresiones gestuales, la fonética y el léxico de sus usuarios, sino que son capaces de aprender sus formas de razonamiento para rebasar lo que los ingenieros japoneses llamaban “trabajadores con prótesis inteligentes”, y ahora denominan “trabajo cooperativo con computadoras” (Reingold, 1994). Estética e imaginariamente la imbricación hombre-máquina se expone en la representación del *cyborg*: mezcla de estructuras electromecánicas y organismos donde la literatura, el cine y los cómics representan lo que la invención del corazón artificial (hecho de plásticos y titanio) ponía en evidencia. Pero el territorio en que se expresa más radicalmente esta nueva experiencia del sujeto es en la cosmogonía *cyberpunk* que como una suerte de animismo tecno termina por dotar de espíritu a la máquina y sustancializar el espíritu humano en la tecnología. El *cyberpunk* es una especie de utopía posthumanista (un nihilismo cibernético del superhombre) donde la tecnología adquiere aspecto teológico al asumirse como la fuerza que nos hará dioses: rebasaremos el cuerpo y circularemos por la red como conciencias informáticas puras en el neomundo virtual (esa suerte de *topos uranus cibernético*).

En el orden de las relaciones humanas el trastocamiento experiencial e imaginario se dibuja aún más radicalmente, desde el vínculo mediado pero experiencialmente directo con el otro, hasta la desaparición del otro y su figuración puramente informática. El desarrollo cibernético ha planteado una realidad laboral en la que las personas trabajan juntas aunque estén distantes: desde el *e-mail* hasta los *ambientes laborales virtuales* donde las compañías de tecnología de punta reúnen a sus ejecutivos o a sus técnicos en oficinas y laboratorios virtuales para desarrollar juntas o producir proyectos (Reingold, 1994). Los ingenieros de la fujitsu hablan de *telepresencia* para referirse a las tecnologías que permiten a un trabajador operar y manipular, con un cuerpo mecánico distante, materiales peligrosos o inaccesibles. McLuhan hasta sus últimas consecuencias: extensión total del cuerpo, experiencia *extra-corpórea* como le llama Reinghold. En el ambiente de las redes, en los MOOs y MUDs los usuarios asumen clones

cibernéticos que los representan, figuraciones electrónicas de sí mismos que pasean los escenarios virtuales e interactúan con las demás emulaciones. Después de la Segunda Guerra Mundial Wiener se planteó una ciencia superior a la que llamaba cibernética: “La tesis de este libro es que la sociedad sólo puede comprenderse por medio de un estudio de los mensajes y de las facilidades de comunicación de que dispone; y que, en el desarrollo futuro de estos mensajes y estas facilidades de comunicación, los mensajes entre el hombre y las máquinas, las máquinas y el hombre, y la máquina y la máquina, están llamados a desempeñar un papel creciente sin cesar” (Wiener, 1948). El problema era el de la comunicación máquina-máquina y hombre-máquina, pero no hombre-hombre. El centro de la preocupación es el interfaz hombre-máquina, la comunicabilidad con los sistemas. La nueva ingeniería informática se ha planteado la construcción de los *alter-sistemas* (basados en redes neurales): estructuras de información personal que armonizan estrechamente con las características perceptivas, cognitivas y físicas de cada usuario. A fin de conferir a las computadoras el poder de comunicarse con nosotros, algunos diseñadores de interfaz están dando a los sistemas pequeños fragmentos de “personalidad” que aprenden acerca de nuestros caprichos y preferencias en dominios limitados pero estratégicos. Comienza a desarrollarse una *ingeniería de la personalidad* capaz de cuajar en el sistema nuestras propias inclinaciones. El imaginario cibernético se ha planteado entonces la emergencia de “las personas artificiales”, de tal manera que en “Idoru” (una de las últimas novelas de William Gibson) un cantante de rock se enamora de *Rei Toei* una *Idoru* (palabra japonesa para ídolos de la canción artificiales.). Pero la industria japonesa tiene efectivamente sus *idoru*, entre las que destaca Kyoko Date o DK96: un “ser absolutamente virtual” que no “representa a nadie”. “Tardamos seis meses en darle la sonrisa”, dice el ingeniero de la compañía “Hori-Pro”, con una connotación que recuerda a Wiener cuando hablaba de la cibernética como teología: el ámbito en el que se pueden crear máquinas que piensan y hacen otras máquinas, como lo hace Dios (*Dios y Golem, S.A.*). Poderoso software con incipiente personalidad que ya baila y canta aunque no parece demasiado punk. Aficionada a Mariah Carey y la película “Toy Story”, es

más bien una cyber-barbie al estilo japonés. Miles de cibernautas le hacen preguntas, le escriben cartas de amor hetero y lésbico, le piden sus fotos desnuda y hasta le reclaman sexo virtual.

Por último, en *el orden social* parece trastocarse profundamente el espacio público, la *ciberesfera* devora todas las instancias de la gregaridad humana: del trabajo convencional a los sistemas laborales virtuales, de la educación escolarizada a la universidad *on line*, del entretenimiento y el ocio a los juegos privados y los parques virtuales (un acuerdo entre Fujitsu y Disneylandia anuncia el más vasto parque de diversiones en la red). El ciberespacio convoca la realidad virtual generando una experiencia multisensorial capaz de engañar los sentidos y construir esa “alucinación consensual” en la que se produce un “espacio inmaterial” sobre el soporte informático. Millones de personas se conectan a esta nueva civilización que han dado en llamar *ciberia*, experiencia *desencarnada* de intrusión total de la tecnología en todas las actividades humanas, pero que, paradójicamente, opera gracias a que desplaza el principio sígnico del ámbito intelectual a un territorio puramente fáctico. Los signos en el territorio de la cultura se constituyen por las relaciones convencionales e intelectivas entre significantes y significados, en la cibercultura los signos (trazos múltiples, retículas virtuales) son entidades *somáticas*: la materia significativa (el soporte sígnico que clásicamente da la evidencia de su no ser el objeto) toca la percepción humana provocando una sensación referencial, aquello que los ingenieros de R.V. están llamando la “experiencia sintética de los objetos”. La cibercultura plantea una escisión de la experiencia, una ruptura entre la dinámica socio-simbólica convencional (la “vieja” realidad) y la excitante e hipernítida experiencia hiperreal. Hay quienes sostienen que nos habituaremos al ciberespacio hasta el punto que el retorno a la “realidad” nos resultará pesado, aburrido y sombrío. Preferiremos las ciberréplicas humanas a las personas arcaicas. Este imaginario no sólo plantea la extinción de las experiencias sensibles, sino la desaparición del *alter*. Si recordamos a Hegel sabremos que la alteridad legítima es aquella que me pone límites, que trastoca mis certezas y me replantea (el siervo ante el señor, el señor ante el siervo), pero lo que propone la cibercultura es la modelación cibernética del

otro a mi imagen y semejanza, según mis deseos y designios: el clon cibernético es un programa neural que acomodará a mi antojo. Por la vía de la extinción del alter, viene la extinción del espacio social. Pero no estamos aquí en la ciencia ficción, ni en el cómic, estamos más bien en el centro de la reflexión filosófica posmoderna. Aunque no acabe de plantearlo explícitamente (excepto en “el fin de lo social”), Baudrillard ha rondado la idea lapidaria de que la sociedad ha concluido y de que quizás los seres humanos (o posthumanos o a-humanos) no somos naturalmente sociales. En la pasada conferencia del 27 de septiembre dada en México, al referir entre otras cosas la radical *telemorfización* de la sociedad, apuntaba a señalar el fin de lo social por el ejercicio de lo que considera la más radical de las violencias (violencia que para él, ha devenido en *virulencia*): la *vanalización mediática* en la que el individuo, incluso las relaciones humanas, se deshacen por su pantallización y su superficialización. La máxima violencia opera cuando todo está al descubierto, todo se exhibe radicalmente, y a la vez todo desaparece: los pliegues y complejidades humanas se desenvuelven ante el ojo aplanante de la cámara, ante el aburrimiento público y el desinterés por lo que no sea elemental. La telemorfización asesina lo real, con la complacencia y la complicidad de la realidad involucrada. Quizás es muy pronto para sostener una mirada crítica ante este discurso, pero sólo deseo mencionar que su quiebre principal me parece que radica, al igual que en Lipovetsky, en su *absolutismo*. No es un asunto menor el mundo musulmán emerja ahora con claridad ante los medios después de los atentados en Nueva York. Parte importante de la población human se niega justamente al proceso de *telemorfización*, rechaza por razones espirituales (que no estamos llamados a juzgar) la superficialidad del mundo occidental, y apuestan por una “realidad más pura”. Y no es esta una reflexión ingenua que creería en la corrupción inherente de los medios (sobre una pureza a-mediática también ontológica), o en la insustancialidad de un mundo de fuerzas interconectadas. Aunque parte de las sociedades rechazan los principios de occidente, éstos actúan sobre su mundo justamente porque occidente es un poder que puede hacerlo. Pero se trata de un conflicto de fuerzas donde no sólo opera esta suerte de principio informático. Las formas lingüísticas de “fin de la violencia”

o “fin de la sociedad” podrán tener un efecto deslumbrante en el discurso, pero deben someterse a argumentos más precisos y más sensibles de las otras posibilidades de existencia. La sociedad cibernética, es también un absolutismo, especialmente cuando es la minoría humana la que accede a dichas esferas. Si la realidad se redefine en el mercado informático, debemos preguntarnos ¿Dónde quedarán las personas, los grupos, las sociedades que no entran a este nuevo mercado social?. Línea divisoria entre los cibernéutas y los que no lo son que no se agotará por el decreto político o intelectual de ignorar a los segundos. En un sentido análogo al baudriliano se ha planteado que las sociedades posmodernas se caracterizan por un *ethos hedonista* en el que se concilian los ideales fragmentarios (y circunstanciales) y el *placer*, asumido como la brújula que orienta primordialmente las acciones. En este contexto se interpreta que los principios que guían las conductas de los individuos contemporáneos no son ya los grandes ideales morales (definidos por las religiones clásicas o por las éticas de tipo kantiano), o las utopías políticas (desarticuladas en la pulverización de los *metarelatos*, como ha sugerido Lyotard), sino la búsqueda de la satisfacción próxima y el goce; en palabras de Lipovetsky: “ las pasiones egoístas y los vicios privados”, que se asumen más allá de los prejuicios y los obstáculos de la pena, la vergüenza y la conciencia, porque “ las obligaciones hacia Dios” y hacia los otros, han sido reemplazadas por las “prerrogativas del individuo soberano” (Lipovetsky, 1994: 23). La conducta de las personas se mueve por el impulso hacia el placer, o se moviliza erráticamente en el terreno de la apatía y de la “indiferencia pura” (Lipovetsky, 1990). En este sentido, los valores clásicamente definidos como ejes de la conducta moral se desarticulan y pierden su primacía. Por ejemplo, la búsqueda egoísta del placer anula la *justicia*, porque la justicia es una virtud que tiene como finalidad el bien del otro (Aristóteles, 1990), mientras el *ethos edonista* que hace del placer un fin en sí mismo no requiere ni busca el bien del otro. D. Bell afirma que la posmodernidad implica fundamentalmente una crisis moral en el capitalismo, en tanto afecta las conductas individuales (guiadas no por los principios universales, sino por el hedonismo) y las instituciones, dado que “el hedonismo tiene como consecuencia ineluctable la pérdida de la *civitas*, el

egocentrismo y la indiferencia hacia el bien común”. Dos cuestiones hay que anotar aquí: por un lado, que no es seguro que el *ethos edonista* sea necesariamente individualista o *egoísta*, como afirma Lipovetsky, dado que es posible el *placer compartido*. Las sociedades encuentran en sus fiestas, carnavales y rituales, formas de producir las experiencias más intensas de placer: el placer colectivo, la *risa social*, sin que esto implique necesariamente la exclusión del otro, más bien se trata de su necesaria inclusión, de su presencia ineludible. Por otro lado, en este marco se ha señalado que las sociedades contemporáneas altamente mediatizadas llevan a la desaparición del cuerpo como espacio de relación con el otro-semejante (en la medida que los intercambios y los contratos entre las personas se realizan a *través* de la red o los sistemas comunicativos mediáticos), y esto implica la pulverización de la noción clásica de justicia porque desaparece la comunidad de ciudadanos. Esto porque tanto la justicia en su sentido normativo (virtud) como en su sentido de igualdad (jurídica) exige el contacto entre individuos (Guariglia, 1992). En realidad muchas cuestiones son débiles en esta argumentación, especialmente sus excesos: la mediatización social contemporánea (mass media, internet, videoteléfono, medios digitales, etc.) implica probablemente una disminución del contacto físico directo entre las personas, pero esto no lleva necesariamente a “la extinción del contacto entre las personas” o a la “desaparición de la comunidad de ciudadanos”, sino a su reorganización en otras formas. Incluso, aunque asistiéramos a la sociedad-ficción, en la que todas las personas se comunican con las otras sólo por la red, asistiríamos a una *comunidad* definida por las relaciones (los ciber-vínculos) entre las conciencias. Indudablemente el concepto de justicia tendría un lugar en dicho mundo, en tanto habría allí relaciones de fuerza y codependencia. El poder no desaparece en las redes.

Nuevamente debemos mantener la reserva ante su *absolutismo* (a veces en un tono francamente apocalíptico - como ocurre casi siempre con las sentencias de Lipovetsky o Baudrillard -): los autores señalan la desarticulación total de las creencias y de las utopías, y suponen que la realidad social y subjetiva en su conjunto se halla en el escepticismo ético y en la negación de todo proyecto de

principios y de sentido. Esto en realidad es inexacto, no porque desconozcamos una tendencia como esta en los espacios sociales contemporáneos, sino porque no resulta una descripción adecuada en un mundo social donde también aparecen los proyectos de sentido. Por otra parte, el *ethos edonista* se pone en contraste con sociedades pasadas que se imaginan como plenamente apolíneas. Quizás ni en el mundo medieval o victoriano más codificado moralmente reinaba una lógica social y personal en la que todas las acciones estaban guiadas por la ley divina o los más altos ideales del “bien”. En estos contextos muchas prácticas estaban claramente guiadas por la ambición y los deseos personales y el Estado absolutista ha sido también un paradigma de los vicios y las perversiones. Las prácticas de los individuos son mucho más complejas que la pobre taxonomía moral que allí se nos dibuja: tanto en la sociedad decimonónica como en las colectividades postindustriales el hacer humano se produce en relación con el placer y el goce, con los intereses y las pulsiones más egoistas (no por ello *a priori* inválidas), y también con ciertas expectativas y propósitos de sentido que desbordan la experiencia inmediata y los límites estrictamente individuales. Incluso, si aceptáramos la extensión universal del *ethos edonista* en las sociedades contemporáneas pronto tocaríamos su límite, porque tendríamos que reconocer la contradicción social derivada de un mundo histórico en el que el ejercicio permanente y desatado del placer es casi privativo de reducidos sectores sociales con los recursos y el poder que les permiten su ejercicio. El *hedonismo absoluto* sólo es posible para unos gracias a la casi absoluta privación hedónica de otros que están a su servicio. El movimiento tecnológico contemporáneo redefine y reestructura parte de la cultura, pero también las fuerzas culturales reorganizan, significan y conducen el devenir técnico. Es tan ciega la tecnocracia que supone que la historia humana y las relaciones sociales se definen puntualmente por las invenciones técnicas (en esencia esta era la vieja postura del evolucionismo de Morgan), como el materialismo elemental que desconoce el lugar de los procesos simbólicos en la definición de las relaciones estructurales.

Bibliografía

- Bourdieu, P. La distinción. Criterios y bases sociales del gusto, Taurus, Madrid, 1991.
- Mukarovsky, I. Escritos de estética y semiótica del arte, Gustavo Gili, Barcelona, 1977.
- Bajtín, M. Esthétique de la création verbale, Galimard, París, 1984.
- Ortíz, R. Otro territorio, Convenio Andrés Bello, Colombia, 1998.
- Rey, G. y J. Martín Barbero “Otros lugares para la cultura en las relaciones Colombia-Venezuela”, texto mimeografiado, Colombia, 1999.
- García Canclini, N. Consumidores y ciudadanos, Grijalbo, México, 1996.
- Deleuze, G. Lógica del sentido, Paidós, Barcelona, 1989.
- Deleuze, G. Repetición y diferencia, Anagrama, Barcelona, 1995.
- Douglas, M. y B. Isherwood. The World of goods, Basic Books, Nueva York, 1979.
- Ewen, S. All consuming images: the politics of style in contemporary culture, Basic Books, Nueva York, 1988.
- Lash, S. y J. Urry. Economies of Sign and Space, Sage, Londres, 1994.
- Vattimo, G. “Postmodernidad: ¿una sociedad transparente?” en Entorno a la postmodernidad, Anthropos, Santafé de Bogotá, 1994.
- Thompson, J.B. Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación, Paidós, España, 1998.
- Geertz, C. “Géneros confusos: la reconfiguración del pensamiento social”, en: El surgimiento de la antropología posmoderna, Gedisa, México, 1991.
- Eliade, M. Imágenes y símbolos, Taurus, Madrid, 1979
- Lyotard, J-F. La condición posmoderna, Rei. México, 1993.
- Lipovetsky, G. El crepúsculo del deber. La ética indolora de los nuevos tiempos democráticos, Anagrama, Barcelona, 1994.
- Lipovetsky, G. La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo, Anagrama, Barcelona, 1990.
- Aristóteles Ética Nicomaquea, harla, México, 1990.
- Marcuse, H. El hombre unidimensional, Joaquín Mortiz, México, 1968.
- Baudrillard, J. Cultura y simulacro, Kairós, Barcelona, 1993.

- Lévi-Strauss, C. Las estructuras elementales del parentesco, Planeta, México, 1985.
- Benveniste, E. Problemas de lingüística general, Siglo XXI, México, 1977.
- Lévi-Strauss, C. Arte, lenguaje, etnología, Siglo XXI, México, 1977.
- Geertz, C. La interpretación de las culturas, Gedisa, México, 1991.
- Eco, U. Tratado de semiótica general, Lumen, Barcelona, 1988
- Lotman, Y. Semiótica de la cultura, Cátedra, Madrid, 1979.
- Barthes, R. y otros La semiología, Tiempo Contemporáneo, Buenos Aires, 1976.
- Deleuze, G. Lógica del sentido, Paidós, Barcelona, 1989.
- Deleuze, G. Repetición y diferencia, Anagrama, Barcelona, 1995.
- Yúdice, G. “El impacto cultural del Tratado de Libre Comercio norteamericano” en: Néstor García Canclini (coord.) Culturas en globalización. América Latina-Europa-Estados Unidos: libre comercio e integración, Seminario de Estudios de la Cultura – CLACSO- Nueva Sociedad, Caracas, 1996.
- Decock, A. M. “Cultura inalámbrica” en: *Ceres*, Revista de la FAO, No. 158, marzo-abril 1996.
- McLuhan, M. La comprensión de los medios como extensiones del hombre, Diana, México, 1969.
- Reingold, H. Realidad virtual, Gedisa, Barcelona, 1994.
- Wiener, N. Cybernetics: or control and communications in the animal and machine. MIT Press, Cambridge, 1948.