

INGENIERÍA EN COMUNICACIÓN SOCIAL, COMUNICOLOGÍA Y DESARROLLO. ELEMENTOS PARA UNA CRÍTICA DE LA PROMOCIÓN Y LA GESTIÓN CULTURAL EN MÉXICO.

Jesús Galindo Cáceres¹

Resumen

Se trataría de presentar una crítica a una percepción de la acción oficial de la figura del desarrollo en México, tanto del sector público, como del privado, como del social, desde el punto de vista del programa de trabajo Ingeniería en Comunicación Social y Comunicología. El énfasis se enfoca en los programas y operaciones asociados a la promoción y la gestión cultural. En la primera parte se presentan un apunte conceptual sobre la centralidad que ha tenido en las figuras del desarrollo la política y la economía, frente a las posibilidades de la cultura y la comunicación. En la segunda parte se presenta la tipología social comunicológica como esquema para entender la vida social cultural en México.

En la tercer parte se presenta un apunte sobre la promoción y gestión cultural en México en el contexto de los modelos vigentes y operantes de desarrollo. En la cuarta parte se presenta un apunte de lectura socio-cultural e histórica de México, desde la perspectiva de la Comunicología y la Ingeniería en Comunicación Social, retomando la tipología social comunicológica, dentro del apunte conceptual general. Se concluye con un apunte bibliográfico.

Palabras claves

Ingeniería en Comunicación Social, Comunicología, Desarrollo, Promoción y gestión cultural, Historia, México.

Abstract

This would present a critique of a collection of official action figure development in Mexico, both public sector and private and the social, from the point of view of the work program in Communications Engineering and Communicology. The emphasis is focused on programs and operations related to the promotion and cultural management. The first part presents a conceptual point about the centrality it has had on the figures of development policy and the economy, compared to the possibilities of culture and communication. In the second part presents the typology as communicological social framework for understanding cultural life in México. In the third part, a point on the promotion and cultural management in Mexico in the context of existing and operating models of development. In the fourth part provides a point of reading and socio-cultural history of Mexico, from the perspective of Communicology and Social Communication Engineering, recapturing the social type communicators, within the general conceptual point. It concludes with a bibliographical note.

Keywords

Social Communication Engineering, Communicology, Development, Promotion and cultural management, History, México.

I. PROPUESTAS HISTÓRICAS SOBRE EL DESARROLLO. PERSPECTIVAS Y CONCEPCIONES. DE LA POLÍTICA Y LA ECONOMÍA, HACIA LA CULTURA Y LA COMUNICACIÓN.

La propuesta básica en nuestros conceptos de desarrollo se ha enfocado desde dos puntos de vista, el político y el económico. Es un lugar común tan posicionado en nuestra literatura y nuestras discusiones verbales, que casi nadie pondría en duda que ese es el lugar donde la visión sobre la historia debe ubicarse. Una vez resuelto en forma sucinta el tema sobre el punto de vista general, la agenda sobre el desarrollo en nuestros contextos latinoamericanos se centra en las variantes, algo así como la perspectiva política y económica mejor para tal o cual situación. Y en estos asuntos se nos han ido cien años, proponiendo, ensayando, peleando, sobre cuál es la mejor figura de lo político y lo económico.

Si alguien en estas circunstancias descritas propusiera que quizás haya otros puntos de vista para organizar y promover la vida social en su conjunto, la respuesta inmediata sería por lo menos escéptica. Y no es que siempre hayan sido lo político y lo económico tal y como los comprendemos el centro de nuestra perspectiva constructiva de lo social, tenemos antecedentes asociados a la religión que nos permitieron y permiten un sentido amplio de lo posible, lo que sucede es que estos dos referentes se han ido posesionando de nuestro sentido común, y ya no es sencillo ni fácil cambiar de punto de vista.

De esta manera el punto inicial en esta argumentación es el espacio de lo posible. No es tarea simple imaginar y construir desde lo que no es nuestra costumbre. Menos simple aún intentar convencer a los que tienen la legitimidad del poder decir y hacer desde una perspectiva política y/o económica que lo que piensan y entienden puede tener alternativas de mayor complejidad y eficiencia. Por un momento a casi cualquiera le parecería un poco disparatada la propuesta de que la comunicación es superior a la política y la economía como cosmología para organizar y construir la vida social. Pero con un poco de tiempo y diálogo la situación podría cambiar en forma radical. ¿Será posible tal dramatización del cambio?

Los políticos actuales heredaron las formas de gobierno de lo social de sus ancestros los nobles de ascendencia divina. Hoy nos parece a muchos casi una locura el pensar que unos seres humanos sean los elegidos por los dioses para gobernar, y que esa situación deba aceptarse de hecho sin ninguna objeción, o de lo contrario los dioses se ofendería y podríamos pasarla mal por insubordinación ante lo superior y celestial. Pero hubo una época en que en un contexto inmediato al nuestro en el pasado, todo eso fue posible y real, consenso, situación de hecho, configuración legítima y legal de la organización social. Es decir, con sólo un apunte breve de la historia social la imagen del cambio, de la diversidad de lo posible, aparecen sin ninguna duda al respecto.

Lo que sucede de inmediato ante este tipo de discurso es una lectura del pasado desde el presente. Y afirmamos entonces sin ninguna duda que aquellos personajes también estaban gobernados por las leyes de la política y de la economía de nuestra mentalidad actual, o algo muy semejante. Bueno, tan es posible hacer este tipo de lectura que se hace todo el tiempo. La lectura desde el otro lugar antiguo también es posible en ese sentido, y por tanto se puede afirmar, todo lo que sucede ahora, lo que sucedió antes, y lo que sucederá mañana, está gobernado por las leyes de lo divino, superiores a cualquier ley humana. Es decir, la figura de lo posible aparecer de diversas maneras, si las queremos percibir.

La política y la economía en un sentido moderno no siempre estuvieron ahí. Es más, el concepto mismo de lo moderno les pertenece en buena medida. La desaparición de lo no humano trascendente para gobernar lo humano es una clave de la modernidad. La figura constructiva hoy es la de hombres concretos viviendo sus vidas concretas, e imaginando sus futuros posibles, y haciendo lo pertinente para hacerlos reales, todo ello es parte de lo que entendemos por modernidad. La política y la economía son parte de una nueva cosmología de la libertad humana, que se vuelve ciudadana en la ley, y que se promueve como lo necesario y suficiente para crear al mundo social que nos conviene vivir. Y en este último punto nos hemos pasado ensayando y luchando los últimos cien años, por lo menos.

En la antigüedad los grupos gobernantes concentraban todo, incluyendo la muy importante y estratégica información. En sentido estricto no podríamos afirmar que la información era

lo más importante para la vida social de aquellos tiempos, según su punto de vista, pero si podemos asumir que era importante según el nuestro. Y que más allá de lo que sus muy divinas creencias les permitían la información los actualizaba y los ordenaba. Y en la medida que esa información era de mejor y mayor, sus percepciones, decisiones y acciones, también se empoderaban. Desde hoy podemos reorganizar nuestra perspectiva de la historia, de la acción humana en el pasado, desde el punto de vista de la información. Y eso es sólo un primer elemento de referencia que nos hace distintos de nuestros ancestros, como veremos más adelante.

En la política, heredera inmediata del mundo premoderno, el poder es el centro de su objeto de aspiración. Ese poder permite actuar sobre los demás y afectar las trayectorias de sus vidas. La política es la figura central moderna de la dirección de la vida social, mediada por la participación democrática de los ciudadanos y sus instituciones. El poder centralizado se ha diluido en un tipo de participación que aún hoy no entrega todos los buenos resultados que se esperan de ella, ni ha desarrollado todos los medios posibles para impulsarla. La forma general del poder hoy día es muy parecida a la de la antigüedad, pero sin la coartada divina, y con la figura moderna de la democracia. Pero el poder sigue centralizado.

El sentido común de muchos supone que no hay otra forma de gobierno más allá de esa figura centralizada de poder, así que la política se convierte en el camino hacia el lugar donde se concentra el poder, que es accesible mediante votos y propaganda, y otros medios. Por otra parte ya instalados en el lugar del poder, los políticos contemporáneos dictan, deciden, promueven, lo que a ellos les parece mejor, tienen todas o casi todas las condiciones para hacerlo, según nuestras muy modernas legislaciones nacionales actuales. En este contexto el escenario de la visión económica tiene otras configuraciones más que mostrar.

El poder tiene el rostro de los propietarios y grandes gestores de la materialidad que produce y distribuye la riqueza. Si la forma de la política se parece al viejo régimen de reyes y emperadores con sus cortes y sus sabios y artistas asociados, el caso del mundo económico actual es más claro aún en ese sentido. Con los políticos casi siempre como sus

subalternos directos o indirectos, los grupos económicos poderosos están aún más cerca que ellos de la imagen de reyes y emperadores con sus cortes y sus sabios y artistas dependientes. El dinero y sobre todo lo que puede comprar dictan nuestra vida cotidiana actual. Y la riqueza de todo este mundo consumidor se sedimenta en las cuentas bancarias de unos pocos, los verdaderos dueños del mundo. La crítica política de la modernidad ha denunciado esta situación y la ha nombrado con diversos títulos. Y así entre crítica y situaciones reales, el mundo social contemporáneo se ha movido entre una política que se pretende legítima, y una economía que se sabe gobernante real.

Los modelos de desarrollo se han configurado en este doble espacio moderno de la política y la economía. Por una parte han favorecido a los actores de la llamada economía de libre mercado, sin interferencia legal de los políticos, y por otra parte han ensayado intervenciones directas de los políticos en la figura del mercado, casi siempre con consecuencias indeseables. Al tiempo que esto ha sucedido en los últimos cien años y más, en los últimos cincuenta ha venido avanzando un nuevo tipo de perspectiva que aún no llega al centro de los lugares del poder como eje organizador, pero que ha ido ganando puestos, la visión organizadora del mundo por la cultura.

La cultura trajo una visión subjetiva e intersubjetiva de la construcción de la vida social. Para antropólogos y sociólogos es el día de hoy casi un lugar común, pero la situación no es tan simple en los otros ámbitos, sobre todo en los de la política y la economía. La llamada Economía del conocimiento ha venido a darle una importancia estratégica al mundo de lo simbólico, sobre todo al mundo simbólico que tiene guías para la acción y la transformación de la materia y la vida social. Vivimos en un momento de la trayectoria del pensamiento económico en pleno cambio, las nuevas tecnologías de información y comunicación, el aumento astronómico del consumo de lo simbólico, el auge de las llamadas industrias culturales, han traído una conciencia de que la cultura y la ciencia, como configuraciones simbólicas, subjetivas e intersubjetivas, tienen un gran valor económico. La estructura del mundo económico no se ha alterado del todo, sigue siendo vertical y piramidal, pero sus imágenes y lugares comunes de lo valioso se han movido, y eso afecta al mundo contemporáneo. El caso de la política no ha sido tan flexible.

Nuestras estructuras políticas son casi impermeables al efecto de los nuevos tiempos. Su control sobre el espacio público civil sigue las pautas de la modernidad, sin asumir la fuerza que viene del mundo subjetivo develado por el mundo posmoderno de las figuras de lo simbólico. Han aprendido de la subjetividad desde una matriz subjetiva de la dominación vertical, han desarrollado estrategias a partir de las formas de la propaganda, siempre con un vector de dominación. Es el único lenguaje que conocen, que entienden, y en el cual son medianamente expertos. Pero algo no funciona, sus públicos no responden más que en un pequeño porcentaje, la vida social reproductiva permite el sostenimiento de estructuras verticales rígidas y nada dialogantes. La vida del mundo político es paradójica, cada vez es más ajena al mundo social, y sigue teniendo cierta centralidad. Los propios esquemas de la ciencia de lo político no dan para entender del todo lo que sucede hoy, con políticos tan poderosos pero lejanos del mundo social extenso y diverso.

El caso mexicano es un ejemplo de todo lo anterior. Por una parte un grupo de partidos políticos que se han adueñado de todo el espacio de participación democrática en los puestos de representación popular. Se han dado a sí mismos los recursos para seguir gobernando según sus propias reglas, y han convertido a la política en un espectáculo de la lucha entre ellos mismos. La política se ha alejado de la gente hasta tal punto en que la abstención es sólo la punta de un iceberg. Por otra parte los capitales económicos tienen su propio juego, están concentrados, juegan al dominio de los políticos y al control del resto de la vida social. Tanto el espacio político como el económico están cerrados, queda entonces abierto sólo el espacio de la ilegalidad y la informalidad, que va en aumento demográfico, tenemos frente a nosotros a dos países, uno que se niega a negociar y el otro que aprende a sobrevivir y desarrollarse por sus propias reglas.

¿Y la cultura? Es un eje de este escenario, por una parte es un lujo, un divertimento, un adorno, un gesto, la alta cultura de los políticos y los capitales económicos, y por otra parte es el día a día, las visiones y los comportamientos de la escisión estructural. Los del país formal están separados entre los poderosos y los subordinados, las reglas son verticales, de dominación legal y legítima. Los de país informal están separados entre los poderosos y los

subordinados, las reglas son verticales, de dominación de hecho. Estructuralmente los dos países no son tan diferentes. Y lo que uno ha mantenido a cualquier costo ha promovido al otro dentro de su misma matriz con distorsiones. Y llega el momento de la comunicación.

La Comunicología propone una visión de relaciones donde la dominación y la colaboración son procesos sociales generales que construyen a la vida social. Estos procesos se dan en la relación de las figuras de información y comunicación sistémicas. Esta nueva visión podría aportar elementos para comprender más allá de las limitaciones de los hábitos y las costumbres de la premodernidad y la modernidad. Y podría aportar elemento para la operación quirúrgica que el país requiere para sanar parte de sus males crónicos, aliviar sus males emergentes, y promover un desarrollo sustentable saludable hacia el futuro. Esta es la propuesta de este texto. En los siguientes apartados serán presentados los elementos que la completan, siguiendo la guía de una crítica a la promoción y la gestión cultural en México.

II. UN ANTECEDENTE PARA UNA PROPUESTA ALTERNATIVA. LA TIPOLOGÍA SOCIAL DE LA COMUNICOLOGÍA SOCIAL Y MÉXICO. LA TIPOLOGÍA Y LA HISTORIA MODERNA DE MÉXICO. LA PROPUESTA DE LA COMUNICOLOGÍA Y LA INGENIERÍA EN COMUNICACIÓN SOCIAL EN MÉXICO, PRIMERA APROXIMACIÓN.

La Comunicología general social tiene una propuesta de tipología social para ensayar una lectura de la historia desde un punto de vista comunicológico. La propuesta está compuesta por una doble articulación, por una parte las categorías sociológicas de comunidad y asociación, y por otra parte las categorías comunicológicas de información y comunicación. La relación entre ambas construye una combinatoria de cuatro tipos, la comunidad de información, COIN, la sociedad de información, SOIN, la sociedad de comunicación SOCO, y la comunidad de comunicación, COCO. Cada tipo representa una configuración entre la vida social y la información o la comunicación. Por una parte los tipos pueden ser leídos en forma independiente para situaciones concretas particulares. Por otra parte los tipos pueden permitir una lectura como una serie en el tiempo, donde un tipo antecede al otro. También es posible aplicarlos en una lectura donde a una región social se le represente en porcentajes o subregiones tipológicas. La tipología en este sentido tiene diversos usos posibles.

Comunidad de Información. El tipo se configura en la forma elemental de la relación social comunicológica, la imagen es la de un grupo pequeño o de regular tamaño relacionado por un sistema de información único y omnipresente. Es la figura de la religiosidad primitiva y las formas sociales humanas de reunión en grupos pequeños. Lo importante aquí es que el sentido de grupo se configura sobre los individuos, y por otra parte esta relación se constituye por la presencia de un sistema de información absoluto y prescriptivo. En el mundo contemporáneo sigue vigente en algunas formas sociales asociadas a la figura de la familia, en lo micro, y en las religiones fundamentalistas, en lo macro. Su figura sintética es uno-todos.

Sociedad de Información. Los grupos crecen, la forma sistémica social se complejiza, los individuos se independizan y asocian desde su individualidad, por lo menos en cierto sentido. Es la forma asociada a buena parte de la historia humana. Sistemas de información que construyen a la vida social, que la promueven y la desarrollan. Aquí aparecen las grandes civilizaciones con sus grandes sistemas de información detrás, como los antiguos imperios. Y llega hasta nuestros días con la matriz central de la antigüedad, la religión, y con nuevas formas neo-religiosas, como el espectáculo. La política es el centro de este tipo, controlando los sistemas de información que asocian a los grandes grupos sociales. Estos sistemas de información en cada caso son únicos y prescriptivos, de ahí su importancia y las consecuencias de su eficiencia. También aparece la situación de una elite con diferencias internas pero con la dominación general sobre la mayoría. La imagen sintética de su configuración es pocos-muchos.

Sociedad de Comunicación. Aquí la diferencia es la aparición de la pluralidad de sistemas de información dentro de un mismo sistema social. A diferencia del tipo anterior, y de la antigüedad, la modernidad incluye la posibilidad de convivencia de diversos sistemas de información, como mentalidades, religiones, visiones del mundo, formas morales. Todo ello trae como consecuencia una nueva forma de vida social, de interacción entre los miembros de una sociedad que piensan y perciben en forma distinta, lo cual supone la aparición de la comunicación, que en el tipo anterior era mínima, y ahora es cada vez más

necesaria. La comunicación es la forma de interacción entre los distintos. Eso supone la aparición de un nuevo tipo de sistema social, el sistema de comunicación por convivencia y colaboración. Los individuos se sienten separados unos de otros, conviven por conveniencia, necesidad, oportunidad. Aquí la configuración es un tránsito a la pluralidad de sistemas de información como opciones posibles, y la interacción de diverso tipo entre ellos, creado sistemas de comunicación convivencia, colaboración, que son muy escasos o inexistentes en los tipos anteriores, y que ahí tienden a aumentar y complejizarse. La imagen sintética es muchos-muchos.

Comunidad de Comunicación. Este es el tipo que se encuentra aún en el futuro, lo conocemos hoy por que se ha manifestado como posible, y porque tiene una figura que lo ha impulsado en la última década, la Internet. Aquí la comunicación es universal, la diferencia es norma, la asociación de los individuos separados tiene un nuevo perfil, la percepción de unidad en la diferencia y la pluralidad es parte de esta nueva forma de vida social. La conciencia ecológica de la totalidad es la guía del comportamiento individual, y la actuación individual busca siempre y ante todo la relación con la totalidad, con la comunidad general de lo humano, y más allá. La pluralidad se comunica con la pluralidad y forma una nueva comunidad de los diferentes. La imagen sintética de su configuración es todos-todos.

Para el caso mexicano la exploración de su configuración social actual desde la perspectiva tipológica anterior podría ser en principio como sigue, a manera de hipótesis de trabajo.-

Comunidad de Información en México. La figura tipológica está presente en dos configuraciones sociales en apariencia muy distintas, la forma comunitaria de los grupos étnicos más aislados, y la forma comunitaria de la organización familiar más tradicional. En ambas aparece la construcción de la vida guiada por un sistema de información único que colorea todo desde un solo punto de vista. Los miembros de estas comunidades se asumen dentro de una prescripción moral y de sentido, de la cual no pueden ni deben salir. La presencia de este tipo es importante, pero está estallada, en tránsito a otras formas

tipológicas. Es clave la figura de la familia dentro de esta esfera de composición y organización en el mundo actual.

Sociedad de Información en México. El tipo está presente en varias vetas constructivas. Por una parte el sistema de información de la religión católica, varios siglos de presencia social, por otra parte el sistema de información del mundo laico de la vida social-política que proviene de un mandato constitucional de cien años de antigüedad, y por otra parte el sistema de información de la vida social-económico-cultural de la sociedad del consumo. Los tres sistemas de información conforman una sociedad de información que no por ser sencilla deja de ser compleja, o no por ser simple deja de ser complicada.

Sociedad de Comunicación en México. De la sociedad de información anterior el mundo social se ha ido abriendo por regiones, por sectores, por grupos sociales específicos. La ciudad de México es un crisol de la sociedad de comunicación. Aquí la relación horizontal entre grupos diversos inicia el vuelo hacia una nueva forma de socialidad. La pluralidad y diversidad de sistemas de información permite la promoción espontánea de sistemas de comunicación también diversos. La sociedad del consumo es una de las grandes impulsoras del fenómeno. La juventud en ese sentido es el primer bloque habitante de esa nueva posible sociedad, pero tiene enfrente a una sociedad de información aún hegemónica y dominante.

Comunidad de Comunicación en México. La Internet es la gran promotora de este tipo de forma social, y es global. Parece que no hay otra forma mejor para impulsar esta emergente sociedad de las relaciones horizontales plurales, diversas y colaborativas. Es prácticamente inexistente, pero en proceso de construcción. La presencia de la sociedad de información hegemónica es muy fuerte y general. Pero la tensión hacia formas de relación más plurales y diversas existe y aumenta. También aparece la tensión hacia formas de relación social más dialógicas, de construcción desde lo horizontal. Es posible que esta forma de vida social conviva al mismo tiempo con los tres tipos anteriores en un futuro próximo, lo que cargará de complejidad a la vida social mexicana.

De esta forma la Comunicología introduce en el análisis y la lectura de lo social a categorías como la información y la comunicación, a constructos como sistema de información y sistema de comunicación, y a formas complejas de percepción de lo social como sociedad de información, sociedad de comunicación, comunidad de información y comunidad de comunicación. La Comunicología es una apuesta novedosa de percepción y organización conceptual de la vida social. Y su parte complementaria práctica, la Ingeniería en Comunicación Social, propone las figuras constructivas del diagnóstico situacional y del diseño de soluciones a los problemas y asuntos diagnosticados, promoviendo cursos posibles de intervención y construcción social para la vida, incluyendo a una parte o a la totalidad de los involucrados en la región social de que se trate, en el proceso de lectura, análisis, síntesis, y prospectiva. Así pues el proyecto y el programa de una Comunicología y una Ingeniería en Comunicación Social son ambiciosos y poderosos. Veremos a continuación el caso de la Promoción y la Gestión Cultural mexicanas entendidas desde esta perspectiva de la comunicación social.

III. EL OBJETO EN DISCUSIÓN. LA PROMOCIÓN Y LA GESTIÓN CULTURAL TRADICIONALES. HISTORIA DE LA PROMOCIÓN Y LA GESTIÓN CULTURAL EN MÉXICO. ETAPAS Y CONTRASTE ENTRE LAS VISIONES DE CULTURA DESDE LA POLÍTICA Y LA ECONOMÍA.

Aquí entran en juego dos conceptos. Por una parte la promoción y la gestión cultural en un sentido tradicional, asociadas a la llamada alta cultura, a las bellas artes. Y por otra parte el concepto posible desde la Comunicología y la Ingeniería en Comunicación Social, en donde la promoción y la gestión cultural son un posible corazón de la Ingeniería Social contemporánea, y en donde la cultura se entiende desde una perspectiva más antropológica y sobre todo comunicológica.

La promoción cultural, que con este término abarcaremos el más largo de promoción y gestión cultural, está asociada sobre todo a un fenómeno desarrollado en los últimos cincuenta años. Es la ONU, a través de la UNESCO, la que propone a la cultura como una figura de organización social del mundo público. En este sentido es posible ubicar en el tiempo al momento en el cual la promoción cultural adquiere una importancia central

dentro de las políticas públicas y las políticas culturales en particular. Así que el tiempo posible de balance histórico es relativamente corto desde este punto de vista.

Desde una perspectiva más amplia la promoción cultural tiene antecedentes de algún tipo en toda la historia humana, con ciertos énfasis y características particulares por época y región del mundo. Para nuestra tradición es Europa el centro de la reflexión sobre la cultura que lleva a la composición y organización inicial de lo que hoy entendemos por promoción cultural. Y es el siglo XIX dentro del tiempo espacio europeo en donde el fenómeno toma forma asociado a la figura de los emergentes estados nacionales.

El concepto de cultura es clave en toda esta primera escenografía de una posible historia de la promoción cultural. En el centro de su concepción están las bellas artes, la cultura se entiende como algo sofisticado asociado a la alta espiritualidad, y esa espiritualidad está a su vez connotada por la aristocracia que la posibilitó y la burguesía que la heredó. La cultura popular es una fuente de inspiración de la alta cultura, pero no es objeto de promoción en sí misma, sólo la alta cultura es motivo de preocupación y ocupación. Pero este marco de desarrollo es a su vez su Némesis, al relacionarse la cultura de la promoción cultural tradicional con los ricos, siempre que hay que recortar presupuestos oficiales será el ramo cultural el primer afectado, aquello se percibe como un lujo, un gasto posible cuando hay riqueza para derrochar, y en ningún sentido aparece como una inversión clave para el desarrollo social general de un país, de una nación.

Esta figura de la nación es un punto en el que vale la pena detenerse un poco más. El concepto de nación está cargado de vida simbólica, de cultura, pero la tensión entre la vida material y la supuesta vida espiritual se resuelve poco a poco, y casi sin dar cuenta de ello, en el mundo ordenado y organizado por el pensamiento económico. Es peculiar el fenómeno. Las naciones son una creación moderna, en su centro está la cultura como sentido subjetivo, intersubjetivo de los valores y los objetos valuados que hacen a un grupo nacional peculiar y único, eso desde el propio discurso de lo nacional. Pero todo ello termina siendo un elemento operado por la educación pública, que será el gran aparato ideológico de Estado que promoverá a la cultura nacional en cierto sentido político

conveniente. De esta manera se separa de hecho a la cultura en una configuración político-ideológica, de la cultura en la configuración de las bellas artes, la alta espiritualidad costosa, lujosa, y prescindible, en el sentido de un proyecto nacional precario o de alta racionalidad económico-política. Y ese es el cuadro general dentro del cual se mueve la promoción cultural en México.

En la historia mexicana contemporánea, la de los últimos cien años, podemos dividir a la vida social de la promoción cultural en varias etapas.-

Primera etapa. De la Revolución mexicana (1920-1940). El país se configura en el mismo modelo del último porfiriato dentro de la emergencia post-revolucionara, inversión pública en infraestructura, impulso a la construcción de un país bajo un poder político unificado, y la agenda del reparto agrario motivo básico del movimiento armando y político previo. En esa época aparece la figura hoy casi mítica en la Secretaría de Educación Pública de José Vasconcelos. El proyecto vasconcelista une a las figuras de la educación con la de la alta cultura. Se trata de construir al país llevando la alta cultura a todos los sectores sociales, sobre todo a través de la alfabetización y los textos escritos. El modelo de desarrollo de esa época tiene un énfasis en lo político, en la centralización del poder y su configuración institucional en un partido de Estado. La cultura, entendida como alta cultura y como proceso educativo, forma parte del modelo, con gran dependencia de la personalidad de un gestor histórico.

Segunda etapa. La modernidad económica (1940-1960). El régimen post revolucionario entra en una segunda fase, la política está al centro, y en el centro de la política el PRI, el Partido Revolucionario Institucional. El país ha sido pacificado, la economía es el gran objeto de la acción política, la sociedad civil toma la forma del impulso político, el país se organiza en grupos sociales corporativizados. La economía toma un gran impulso bajo gobiernos que ponen su poder al servicio del capital, reclamando su parte en el mismo impulso. La cultura pasa por diversos momentos, la acción pública consolida el modelo cultural nacionalista post-revolucionario, es una época de inversión y subsidio en ese sentido. Aparecen el Instituto Nacional de Bellas Arte y el Instituto Nacional de

Antropología e Historia. La cultura se divide con claridad en tres frentes, la educación pública, el patrimonio cultural y las bellas artes. El modelo de desarrollo del país es de incremento en la vida industrial y urbana, tránsito rápido a un territorio de ciudades, el campo pasa a segundo lugar, las transnacionales inician su posicionamiento en el mercado. Pero es un país cerrado al exterior, con monólogo sobre sí mismo. El modelo tiene al centro a la política y a la economía. La cultura es factor, el cine, empresa privada, vive su mejor momento alrededor de la segunda guerra mundial. Los medios de difusión masiva están presentes, la radio es una realidad, el cine es el gran espectáculo y negocio, la televisión inicia su camino. La empresa pública de la cultura es nacionalista con toques modernizadores, la empresa privada abre a la oferta cultural al gran consumo masivo de la nueva cultura popular.

Tercera etapa. El milagro mexicano y el declive del desarrollo estabilizador (1960-1980). La sustitución de importaciones y el impulso a la formación de un mercado interno pasa por buenas y malas épocas. En general es un tiempo de crecimiento. La clase media aumenta, la población se vuelve urbana, el consumo simbólico también aumenta. Aparece el gran mercado de bienes simbólicos impulsado por los medios de difusión masiva, la televisión monopólica privada en el centro. El modelo de desarrollo sigue siendo político-económico, con las variantes del impulso intensivo a la lógica del capital. El nuevo país urbano consume cultura a través de los medios masivos. La empresa pública de la cultura sigue atada al modelo del nacionalismo, con un juego hacia el cosmopolitismo de elite artística. La promoción cultural sigue siendo la de las bellas artes. Aparece la Dirección general de culturas populares, un nuevo aparato que surge a raíz del movimiento estudiantil del sesenta y ocho. El modelo general de promoción pública de la cultura tiene ahora cuatro frentes, la educación, las bellas artes, el patrimonio y la cultura popular. La empresa cultural privada, la industria cultural, es el gran promotor social de la nueva cultura popular, la cultura de los medios de difusión, con la televisión al centro.

Cuarta etapa. El neoliberalismo (1980-2000). El contexto internacional dicta la agenda. Las transnacionales son las dueñas del mundo económico. En los ochenta aparece el Tratado de Libre Comercio de Norteamérica, las reglas neoliberales y la economía de exportación

se consolidan. La política pública en cultura es prácticamente inexistente, la cultura es la cultura del mundo industrial, la proveniente de las industrias culturales nacionales y la proveniente de la apertura comercial al exterior. Aparecen con fuerza las nuevas tecnologías de información. El escenario de lo económico se reconfigura hacia el final de la etapa por la emergencia del e-comercio. La cultura también se reconfigura como campo con la presencia de la Internet, la cultura industrial se ve afectada por la información digital, la cultura tradicional resiste entre el aislamiento y el olvido. El modelo de desarrollo de país toma la forma del TLC, es económico, la política transita del nacionalismo al neoliberalismo trasnacional, la cultura es irrelevante, sólo tiene algún lugar en cuanto su importancia económica. La promoción cultural como política pública desaparece ante el mundo de la iniciativa privada y de la cultura como mercancía, a pesar de formarse en esta etapa el CNCA, el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, que concentra en una sola institución a las bellas artes, al patrimonio cultural y a la promoción de las culturas populares, lo que quedó más en un ajuste administrativo que una configuración poderosa de nueva política pública cultural. La política deja de ser importante en relación a la cultura, ahora todo es economía libre de mercado, la cultura pasa en lo público del nacionalismo ideológico post-revolucionario al neoliberalismo mercantil de fin de siglo.

Quinta etapa. El Estado fallido (2000-2010). La descomposición de la política continúa, la llamada transición democrática se mueve en un contexto de neoliberalismo total que la sujeta y la determina. Aparecen con fuerza los llamados poderes fácticos, la vida privada de lo económico dicta la agenda. La política pública cultural no existe, la cultura popular del consumo es la nueva cultura mexicana. Los cuatro frentes culturales públicos de etapas anteriores están casi desaparecidos, se sostienen sólo como aparatos burocráticos institucionales, son casi irrelevantes en su acción y efecto sobre lo social. El modelo de desarrollo es claramente económico y neoliberal, la cultura en un sentido estético, moral o simbólico, es irrelevante, sólo importa como mercancía. La promoción cultural de Estado no existe, sólo existe la industria cultural. Las televisoras privadas, Televisa y TV Azteca, tienen la iniciativa y la acción cultural básicas a nivel nacional y regional.

El punto central aquí es que la perspectiva constructiva de la cultura desde los modelos de desarrollo centrados en la política y la economía ha reducido el fenómeno simbólico a un asunto ideológico por un lado o de mercancía por el otro. En nuestra historia reciente, la cultura en México ha sido entendida dentro del modelo de desarrollo vigente como una configuración de alta cultura, de bellas artes, como una configuración ideológica para educar-socializar a las mayorías en un sentido simbólico de nación, o como una mercancía que puede dejar buenos dividendos desde el entretenimiento. Los conceptos de cultura están ahí, se mueven en esos tres campos. La cultura como cosmología y matriz creativa de lo social no ha existido como parte importante de los modelos vigentes. Así que por una parte las visiones culturales de las políticas de la promoción cultural han dejado fuera lo más importante de la noción de cultura, su configuración constructiva del mundo. Y por otra han fomentado una línea de separación entre lo público y lo privado, en donde lo público tiende a caer en lo ideológico-político, y lo privado en la mercancía y el dinero, y cuando no es así la cultura queda reducida a un objeto de lujo, elitista, con connotaciones de alta cultura y de una espiritualidad superior, o como una figura del folklor, patrimonio de una sociedad en proceso de modernización. La Comunicología si considera la perspectiva conceptual cosmológica constructiva, y propone un posible modelo alternativo de la promoción cultural desde la Ingeniería en Comunicación Social. Ese es el asunto en el próximo y último apartado.

IV. LA PROPUESTA GENERAL. COMUNICOLOGÍA E INGENIERÍA EN COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA PROMOCIÓN Y LA GESTIÓN CULTURAL. HISTORIA DESDE LA COMUNICOLOGÍA. UN NUEVO MODELO DESDE LA COMUNICOLOGÍA Y LA TIPOLOGÍA SOCIAL COMUNICOLÓGICA.

La Comunicología, ciencia posible de la comunicación, propone una visión cosmológica de lo social a partir de las figuras del sistema de información y el sistema de comunicación. Con ellas se construye todo el aparato inicial científico de percepción del mundo. Los dos tipos de sistemas se asocian en cinco dimensiones, tres configuraciones y dos tendencias. Las dimensiones son la expresión, la interacción, la difusión, la estructuración y la observación. Las tres configuraciones son la teórica básica, que implica a las dimensiones

de interacción y difusión, la metodológica, que implica a las dimensiones de expresión y estructuración, y la epistemológica, que implica a la observación. Las dos tendencias básicas son la dominación asociada sobre todo a la difusión, y la colaboración, asociada sobre todo a la interacción. Desde esta triple organización constructiva es posible armar un esquema de la vida social, y por tanto de la vida social de la promoción cultural en México.

La Comunicología está configurada en cinco dimensiones, la expresión, la difusión, la interacción, la estructuración y la observación. Las dos centrales son la difusión y la interacción, cada una referida a la configuración de sistemas de información y sistemas de comunicación. En la difusión los sistemas de información se relacionan en un solo sentido fundamental, un sistema actúa sobre el otro y lo pone en su forma. En la interacción los sistemas de información se afectan mutuamente, variando con ello sus mutuas formas mediante ese tipo de acción. Tanto difusión como interacción configuran tipos de sistemas de comunicación, según la relación entre sistemas de información. La expresión y la estructuración son dimensiones más metodológicas, una se refiere al momento en que se percibe el dato, al momento de la observación cuando se constata que algo aparece y es registrado. En ese sentido es expresión del movimiento constante de los sistemas de información y comunicación, obtenido en un momento de observación. La estructuración sería la observación del movimiento cuando se está llevando a cabo, lo que supone que los sistemas de información y comunicación obtenidos en un registro expresado están en actividad y transformación, flujo que los llevará a un momento de expresión similar o muy distinto. Expresión y estructuración se refieren a dos fases distintas de observación, la que captura un estado, un resultado, un producto, y la que observa un proceso, un flujo, un movimiento. Siempre en relación a los sistemas de información y comunicación. La observación es la quinta dimensión, la epistemológica, la que juega entre las otras cuatro en la configuración del tiempo y el espacio del acontecimiento, del movimiento, por registrar, por entender, por apreciar. Es esta quinta dimensión la que se refiere a un segundo orden, desde una perspectiva sistémica cibernética.

Las dos tendencias elementales completan el esquema. Cuando un sistema de información busca poner en su forma a otro sistema de información, la tendencia elemental que aparece

expresada es la de un sistema de comunicación difusión dominación. Cuando dos sistemas de información buscan alterar sus mutuas formas en coordinación, para beneficio de ambos, entonces tenemos una tendencia elemental expresada en la forma de un sistema de comunicación interacción colaboración. Entre la difusión y la interacción hay un juego de gradiente de dominación a colaboración, que se especifica según la situación en juego particular que se esté observando.

La Comunicología observa y construye visiones estructuradas de las expresiones de la vida social, en ese movimiento da cuenta de las operaciones que constituyen esas expresiones, que las configuran en procesos de estructuración. La Ingeniería en Comunicación Social parte de esta información para intervenir en la vida social dentro de un programa metodológico básico de diagnóstico situacional y diseño de intervención. Es decir, según las tendencias, procesos y configuraciones observadas, la Ingeniería en Comunicación Social puede actuar en el sentido de acentuar alguna de las tendencias, procesos y configuraciones, o en el sentido reducirlas o mantenerlas. Ciencia e Ingeniería se complementan de esta manera.

Con estas formas de ciencia e Ingeniería de la comunicación, la promoción cultural puede analizar situaciones, sintetizar esquemas de conocimiento sobre ellas, e intervenir en algún sentido. La ciencia y la ingeniería de la comunicación la empoderan como agente constructivo de la cultura. El punto es que la cultura aquí es percibida como sistemas de información y sistemas de comunicación. En primer lugar se retoma el concepto más amplio y rico de cultura proveniente de las ciencias antropológicas. Y en segundo lugar a ese concepto se le pone en la forma de las visiones comunicológicas de la difusión y la interacción, a través de los sistemas de información y comunicación operantes. La Semiótica es otra buena aliada en este trabajo, la Pragmática en particular es una fuente importante, lo mismo que la Memética y la crucial Termodinámica. El resultado es que la promoción cultural adquiere un status de Ingeniería en Comunicación Social, dada su vocación de intervención en las formas culturales.

Observemos ahora a la historia de la promoción cultural en México a través de esta mirada comunicológica, con la ayuda de la tipología social que la propia Comunicología nos proporciona.

Primera etapa. La difusión nacionalista (1920-1960). Durante estos primeros cuarenta años de la época contemporánea de la vida social en México, la promoción cultural es un movimiento de difusión del nacionalismo revolucionario. La tarea no fue fácil, se trataba de construir una nación a partir de ciertos referentes, un pasado luminoso, un presente revolucionario glorioso. El proyecto convocó a todo tipo de artistas para crear la expresión de este gran objetivo de configuración simbólica. La educación pública y las bellas artes oficiales son los lugares institucionales de este efecto de difusión. El gobierno revolucionario construye un sistema de información cultural nacionalista a través de historiadores, artistas, pedagogos, y actúa sobre la población a lo largo de estos cuarenta años. El gran sistema de información cultural popular decimonónico es impactado por esta tarea de Estado, con gran eficiencia y consistencia. Tenemos a una sociedad de información típica, donde una elite ecosistémica impacta y pone en forma a una población que se va tornando urbana, laica, y moderna, pero no tanto. Hay que recordar que la Iglesia católica es también una figura ecosistémica que ha impactado a la población durante cuatro siglos, ese sustrato queda ahí, y se ve reforzado por la acción de difusión paralela al régimen revolucionario. Por tanto tenemos como resultado una sociedad de comunicación, donde los sistemas de información difusión hegemónicos son el eclesiástico y el promovido por el régimen postrevolucionario. Todo un tema por explorar a fondo en un vector necesario de investigación comunicológica histórica.

Segunda etapa. La difusión de la sociedad de consumo (1960-2010). Esta segunda etapa se caracteriza por la configuración de la sociedad de consumo en México. Los estratos políticos del nacionalismo revolucionario y los religiosos de la Iglesia católica siguen ahí, actuando. El sistema de información gubernamental va dejando el campo cultural a las industrias culturales, la Iglesia católica mantiene su espacio de reproducción y defiende en ese sentido lo que siente atacado o intervenido en forma peligrosa para sus intereses. El único sistema de información cultural dentro de la moderna sociedad de comunicación

mexicana que actúa con todo vigor y entusiasmo es el de las Industrias culturales, el corazón de la sociedad de consumo actual. Es interesante como todo toma su lugar. Tanto el aparato político postrevolucionario, como el aparato religioso católico dejan el papel principal en la construcción cultural a las industrias culturales. Con algunas tensiones propias de las luchas de poder, de conservación de los espacios de dominación, el mundo de la sociedad de consumo tiene vía libre, y es hoy el centro de la cultura popular y de la alta cultura. El conocimiento más detallado de estos grandes procesos está por desarrollarse en un posible proyecto de Comunicología histórica. Por lo pronto queda claro que la Sociedad de información es el tipo clave para entender a México, y que el movimiento hacia una Sociedad de comunicación ha sido peculiar, no tan abierto como el tipo supone, pero sí con cierto grados de apertura.

Las figuras básicas de la vida cultural mexicana son la difusión y la dominación. Los rasgos de interacción y colaboración son escasos en un sentido estructural general, y en ningún sentido típicos de nuestros procesos constructivos socio-culturales generales. La primera etapa de la vida mexicana en los últimos cien años estuvo dominada por la propaganda política, y la segunda por la publicidad mercadotécnica. Ambas formas tecnológicas de la Ingeniería en Comunicación Social. En el caso de la religión católica sólo es pertinente mencionar aquí que el trabajo de conversión religiosa también es un campo específico de la Ingeniería en Comunicación Social, pero que corresponde sobre todo a una época previa a la que aquí se ha enfocado. Las nuevas tecnologías de información y comunicación ponen otra ficha sobre la mesa, aparece la interacción y la colaboración de una Sociedad de comunicación inédita hasta ahora, emergente, y con un metabolismo rápido, tal y como lo apuntan los indicadores sobre el aumento en el acceso y participación en la cibercultura, en particular las redes sociales. Este último fenómeno puede modificar a mediano plazo la estructura establecida a lo largo de cien años.

Lo pertinente de todo este apunte es que la Comunicología y la Ingeniería en Comunicación Social tienen rasgos constructivos distintos a los que las visiones constructivas previas, religiosas, políticas y económicas, han ejercido. Esta es la apuesta, si el punto de vista constructivo cambia, la percepción, la acción y sobre todo la interacción social cambian.

Una cosmología comunicológica puede hacer una diferencia que traiga como beneficio un cambio metabólico en la construcción social. Enfrente tiene a las tres tradiciones mencionadas, pero también tiene a favor un movimiento global que apunta a una forma de construcción social colaborativa con elementos de racionalidad y emocionalidad en vista a un nuevo orden internacional. La hipótesis es que ese movimiento existe, y que la Comunicología y la Ingeniería en Comunicación Social pueden ser parte de su enriquecimiento. Dentro de todo este curso de argumentos hay uno clave, la cultura es una visión que integra lo que la política y la economía no han logrado ni intentado, la Comunicología recupera los conceptos más ricos de la cultura para ponerlos en juego dentro de una nueva perspectiva de la promoción cultural, entendida esta como un tipo de Ingeniería en Comunicación Social. Los modelos de desarrollo vigentes, todos ellos ordenados e impulsados por las visiones de la religión, la política y la economía ya tuvieron más que una oportunidad, es el tiempo de nuevas reglas del juego, la comunicación entra en escena, y trae con ella una propuesta constructiva nueva y que puede hacer la diferencia.

Referencias

- ACOT, Pascal (1979) *Introducción a la Ecología*, Editorial Nueva Imagen, México.
- AGUADERO, Francisco (1997) *La Sociedad de la Información*, Acento, Madrid.
- AGUILAR Camín, Héctor (1982) *Saldos de la revolución, cultura y política de México 1910-1980*, Editorial Nueva Imagen, México.
- AGUILAR M., Alonso, et al. (1985) *Cultura, historia, luchas del pueblo mexicano*, Editorial Nuestro Tiempo, México.
- AGUIRRE, Ángel (editor) (1982) *Conceptos clave de la Antropología cultural*, Daimon, Barcelona.
- AGUIRRE Beltrán, Gonzalo y Ricardo Pozas Arciniega (1981) *La política indigenista en México. Métodos y resultados*, INI, México.
- AL CAMPO, Roderio (1983) *Los líderes políticos de México*, Fondo de Cultura Económica, México.
- ALCOCER, Jorge (compilador) (1985) *México, presente y futuro, Ediciones de cultura popular*, Ediciones de cultura popular, México.
- ALONSO, Jorge (coordinador) (1982) *El estado mexicano*, CIESAS-Editorial Nueva Imagen, México
- ALTAMIRANO, Carlos (director) (2002) *Términos críticos de Sociología de la Cultura*, Paidós, Buenos Aires.
- ANVERRE, Ari et al. (1982) *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*, Fondo de Cultura Económica, México.
- ALTAMIRANO, Graziela, et al. (1985) *La revolución mexicana. Cuatro tomos*, Instituto Mora y SEP-Cultura, México.
- ANDER-EGG, Ezequiel (1990) *Repensando la investigación-acción-participativa*, El ateneo, México.
- ANDERSON, Benedict (1993) *Comunidades imaginadas*, Fondo de Cultura Económica, México.
- ANZIEU, Didier y Jaques-Yves Martin (1997) *La dinámica de los grupos pequeños*, Biblioteca Nueva, Madrid.
- APARICIO, Ricardo, Verónica Villarespe y Carlos M. Urzúa (coordinadores) (2009) *Pobreza en México: Magnitudes y periles*, Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, UNAM-Instituto de Investigaciones Económicas, ITESM, México.
- ARRIAGA, Patricia (1980) *Publicidad, economía y comunicación*, CEESTEM-Nueva Imagen, México.
- ARGÜELLO, Gilberto (1977) *En torno al poder y a la ideología dominantes en México*, Universidad Autónoma de Puebla, Puebla.
- ARROYO Alejandro. Jesús (1986) *Migración a centros urbanos*, Universidad de, Guadalajara, Guadalajara.
- ATRIA, Raúl, et al. (1977) *Urbanización, estructura urbana y dinámica de población*, El Colego de México, México.
- ATTALI, Jacques (1999) *Diccionario del siglo XXI*, Paidós, Barcelona.
- AUGÉ, Marc (1998) *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos*, Gedisa, Barcelona.
- BARABAS, Alicia M. (1989) *Utopías indias. Movimientos socio-religiosos en México*, Editorial Grijalbo, México.
- BARAN, P. y P. Sweezy (1966) *Capitalismo monopolista*, Zahar, Río de Janeiro.

- Bartra, Roger (1988) *Campesinado y poder político en México*, Editorial ERA, México.
- BASÁÑEZ, Miguel (1990) *El pulso de los sexenios. 20 años de crisis en México*, Siglo XXI Editores, México.
- BSSOLS Batalla, Ángel (1972) *Geografía económica de México*, Trillas, México.
- BAUDRILLARD, Jean (1974) *La sociedad de consumo*, Plaza y Janés, Barcelona.
- BAUMAN, Zygmunt (2008) *Comunidad*, Siglo XXI editores, Madrid.
- BAUMAN, Zygmunt (2009) *Modernidad Líquida*, Fondo de Cultura Económica, México.
- BECK, Ulrich, A. Giddens y S. Lash (2008) *Modernización reflexiva. Política, tradición y estética en el orden social moderno*, Alianza Universidad, Madrid.
- BERGER, Peter y Thomas Luckmann (1979) *La construcción social de la realidad*, Amorrortu, Buenos Aires.
- BERIAIN, Josetxo y Maya Aguiluz (editores) (2007) *Las contradicciones culturales de la modernidad*, Anthropos, Universidad Autónoma Metropolitana Ixtapalapa, Universidad Nacional Autónoma de México-CEIICH, Universidad Nacional de Colombia, Barcelona.
- BERNAL Sahagún, Victor M. (1974) *Anatomía de la publicidad en México*, Nuestro Tiempo, México.
- BONFIL Batalla, Guillermo (1987) *México profundo. Una civilización negada*, CIESAS-SEP, México.
- BRAMBILA Paz, Carlos (1985) *Migración y formación familiar en México*, El Colegio de México, México.
- BRIGGS J. y F. D. Peat (1990) *Espejo y Reflejo: del caos al orden. Guía ilustrada de la teoría del caos y la ciencia de la totalidad*, Editorial Gedisa, Barcelona.
- BLACKMORE, Susan (2000) *La máquina de los memes*, Paidós, Barcelona.
- BRUNNER, José Joaquín y Ángel Flisfisch (1989) *Los intelectuales y las instituciones de cultura*, Universidad Autónoma Metropolitana-Azcapotzalco y ANUIES, México.
- CABRERA, Daniel H. (2011) *Comunicación y cultura como ensoñación social*, Editorial Fragua, Madrid.
- CÁCERES, María Dolores (2003) *Introducción a la comunicación interpersonal*, Síntesis, Madrid.
- CANTÚ Sánchez, Arturo (director) (1982) *Necesidades esenciales en México, situación actual y perspectiva al año 2000. Cinco tomos*, COPLAMAR y Siglo XXI Editores, México.
- CASARES, Enrique R. y Horacio Sobrazo (compiladores) (2004) *Diez años del TLCAN. Una Perspectiva analítica*, El trimestre económico, Fondo de Cultura Económica, México.
- CAREAGA, Gabriel (1983) *Mitos y fantasías de la clase media en México*, Editorial Océano, México.
- CARRILLO Huerta, Mario M. y Gabriel Reyes Cardoso (compiladores) (1985) *El desarrollo en México después de la revolución de 1910*, El Colegio de Puebla, El Colegio de México, Puebla.
- CASTAÑEDA Cepeda, Jesús (coordinador) (1987) *Características principales de la migración en las grandes ciudades del país*, CONAPO, México.
- CASTELLANOS, Roberto et al. (2008) *México ante el reto de la Economía del Conocimiento*, Fundación Este País, México
- CELORIO, Mariana (2011) *Internet y dominación. Hacia una Sociología de la nueva espacialidad*, Plaza y Valdés, México.
- CIMADEVILLA, Gustavo (2004) *Dominios. Crítica a la razón intervencionista, la comunicación y el desarrollo sustentable*, Prometeo Libros, Buenos Aires.

- CARDOSO, Ciro (coordinador) (1984) *México en el Siglo XIX*, Editorial Nueva Imagen, México.
- COLLINS, Randall (2009) *Cadenas de rituales de interacción*, Anthropos, Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco, Universidad Nacional de Colombia, Barcelona.
- CONCHELLO, José Angel, et al. (1975) *Los partidos políticos de México*, Fondo de cultura económica, México.
- CONTRERAS, Mario y Jesús Tamayo (1983) *México en el siglo XX. Dos tomos*, Universidad Nacional Autónoma de México, México.
- CORDERA, Rolando y Carlos Tello (1981) *México, la disputa por la nación*, Siglo XXI Editores, México.
- CORNELIUS, Wayne A. (1980) *Los inmigrantes pobres en la ciudad de México y la política*, Fondo de Cultura Económica, México.
- COTTERET, Jean Marie (1977) *La comunicación política*, El ateneo, Buenos Aires.
- COVARRUVIAS, Karla, Lázaro Israel Rodríguez Oliva y Genaro Zenteno Bórquez (compiladores) (2010) *El recurso de la metodología: cultura y sociedades complejas*, Universidad de Colima y Editorial Praxis, México.
- COULON, Alain (1988) *La etnometodología*, Cátedra, Barcelona.
- COSÍO Villegas, Daniel (1975) *El sistema político mexicano*, Joaquín Mortiz, México.
- COSÍO Villegas, Daniel (coordinador) (1981) *Historia general de México. Dos tomos*, El Colegio de México, México.
- CUÉLLAR Ramírez, Alfredo (2004) *Genes y Memes*, Ediciones Taller Abierto, México.
- CUEVA, Álvaro et al. (2011) *Telenovelas en México. Nuestras íntimas extrañas*, Grupo Delphi, México.
- CURRAN, James et al. (coordinadores) (1998) *Estudios culturales y comunicación*, Paidós, Barcelona.
- DABAS, Elina y Denise Najmanovich (compiladoras) (1995) *Redes. El lenguaje de los vínculos*, Paidós, Buenos Aires.
- DE KERCKHOVE, Derrick (1999) *Inteligencias en conexión*, Gedisa, Barcelona.
- DE LA ROSA, Martín y Charles A. Reilly (coordinadores) (1985) *Religión y política en México*, Siglo XXI Editores, México.
- DE LOS REYES, Aurelio (coordinador) (2011) *Historia de la vida cotidiana en México. V. Siglo XX. Campo y ciudad, Volumen 1*, Fondo de Cultura Económica y El Colegio de México, México.
- DE LOS REYES, Aurelio (coordinador) (2011) *Historia de la vida cotidiana en México. V. Siglo XX. La imagen, ¿espejo de la vida?, Volumen 2*, Fondo de Cultura Económica y El Colegio de México, México.
- DE SANDOVAL, Dolores M. (1984) *El mexicano: Psicodinámica de sus relaciones familiares*, Editorial Villicaña, México.
- DEUTSCH, Karl (1971) *Los nervios del gobierno*, Paidós, Buenos Aires.
- DOBB, Maurice (1972) *Estudios sobre el desarrollo del capitalismo*, Siglo veintiuno editores, Madrid.
- DOUGLAS, Mary y Baron Isherwooe (1990) *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*, CNCA- Grijalbo, México.
- ECKSTEIN, Susan (1982) *El Estado y la pobreza urbana en México*, Siglo XXI Editores, México.
- ECO, Umberto (1978) *Tratado de Semiótica general*, Nueva imagen-Lumen, México.

- ESTEINOU, Javier y Alma Rosa Alva de la Selva (coordinadores) (2009) *La "ley Televisa" y la Lucha por el Poder en México*, Fundación Friedrich Evers, Red de radiodifusoras y televisoras educativas y culturales de México, Senado de la República, CONEICC, CENCOS, AMIC, Asociación Mexicana de derecho a la información, Fundación Manuel Buendía, México.
- FALS-BORDA, Orlando (1990) *El problema de cómo investigar la realidad para transformar la praxis*, Tercer mundo, Bogotá.
- FERGUSON, Marjorie y Peter Golding (editores) (1998) *Economía política y estudios culturales*, Bosch, Barcelona.
- FERNÁNDEZ-ARMESTO, Felipe (2002) *Civilizaciones*, Taurus, Bogotá.
- FERNANDEZ Christlieb, Fátima (1982) *Los medios de difusión masiva en México*, Juan Pablos, México.
- FLORESCANO, Enrique (1988) *Memoria mexicana*, Joaquín Mortiz, México.
- GALINDO Cáceres, Luis Jesús (1994) *Cultura mexicana en los ochenta, Apuntes de Metodología y Análisis*, Universidad de Colima, Colima.
- GALINDO Cáceres, Luis Jesús (2005) *Hacia una Comunicología posible*, Universidad Autónoma de San Luis Potosí, San Luis Potosí.
- GALINDO Cáceres, Jesús (2006) *Cibercultura. Un mundo emergente y una nueva mirada*, CNCA- Instituto mexiquense de la cultura, Toluca,
- GALINDO Cáceres, Luis Jesús (2011) *Ingeniería en Comunicación Social y Promoción Cultural. Sobre Cultura, Cibercultura y Redes Sociales*, Homo Sapiens, Universidad Nacional del Rosario, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Rosario.
- GALINDO Cáceres, Luis Jesús, Tanius Karam Cárdenas y Marta Rizo García (2009) *Comunicología en Construcción*. Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México.
- GALINDO Cáceres, Jesús (coordinador) (1998) *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*, Addison Wesley-Longman, México.
- GALINDO Cáceres, Jesús (coordinador) (2011) *Comunicología Posible. Hacia una ciencia de la comunicación*, Universidad Intercontinental, México.
- GARCÍA Canclini, Néstor (coordinador) (2005) *La Antropología Urbana en México*, CNCA-UAM-FCE, México.
- GARCÍA Canclini, Néstor y Ernesto Piedras Feria (2006) *Las industrias culturales y el desarrollo de México*, Siglo XXI- FLACSO- SRE, México.
- GARZA, Gustavo (1980) *Industrialización de las principales ciudades de México*, El Colegio de México, México.
- GARZA, Gustavo (1985) *El proceso de industrialización en la ciudad de México, 1921-1970*, El Colegio de México, México.
- GARRIDO, Luis Javier (1982) *El partido de la revolución institucionalizada*, Siglo XXI Editores, México.
- GEERTZ, C. et al. (1991) *El surgimiento de la Antropología posmoderna*, Gedisa, Barcelona.
- GIDDENS, Anthony (2002) *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*, Taurus, México.
- GONZÁLEZ Casanova, Pablo (1980) *La democracia en México*, Editorial Era, México.
- GONZÁLEZ Casanova, Pablo y Enrique Florescano (editores) (1979) *México hoy*, Siglo XXI Editores, México.
- GONZÁLEZ Navarro, Moisés (1985) *La pobreza en México*, El Colegio de México, México.

- GONZÁLEZ Sánchez, Jorge A. y Jesús Galindo Cáceres (1994) *Metodología y cultura*, CNCA, México.
- GUMPERZ, John y Adrian Bennett, (1981) *Lenguaje y cultura*, Anagrama, Barcelona.
- GUMUCIO Dagon, Alfonso y Thomas Tufte (editores) (2008) *Antología de Comunicación para el Cambio Social: Lecturas Históricas y contemporáneas*. Consorcio de Comunicación para el Cambio Social, La Paz.
- GUTIÉRREZ Pantoja, Gabriel (2004) *Historia del pensamiento económico*, Oxford university Press, México.
- HABERMAS, Jürgen (1988) *Ensayos políticos*, Península, Barcelona.
- HACKING, Ian (1996) *Representar e intervenir*, Paidós-UNAM, México.
- HANSEN, Roger D. (1974) *La política de/ desarrollo mexicano*, Siglo XXI editores, México.
- HARRIS, Marvin (1978) *El desarrollo de la teoría antropológica. Una historia de las teorías de la cultura*, siglo XXI, Madrid.
- HARVEY, David (2008) *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*, Amorrortu, Madrid.
- HEILBRONER, Robert L. (1974) *La formación de la sociedad económica*, Fondo de cultura económica, México.
- INGLEHART, R. (1991) *El cambio cultural en las Sociedades industriales avanzadas*, Siglo XXI-CIS, Madrid.
- JAMESON, Fredric (1991) *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*, Paidós, Barcelona.
- JOHNSON, Steven (2003) *Sistemas emergentes*, Turner-Fondo de Cultura Económica, Madrid.
- KAHN, J. S. (compilador) (1975) *El concepto de cultura: textos fundamentales*, Anagrama, Barcelona.
- KATZ, E. y P. L. Lazarsfeld (1979) *La influencia personal*, Editorial Hispano europea, Barcelona.
- KOSTER, C. R. y P. R. (2002) *Democracia, información y mercado*, Tecnos, Madrid.
- LADRÓN DE GUERVARA, Moisés (1983) *Política cultural del Estado mexicano*, Centro de estudios educativos-SEP, México.
- LATAPÍ, Pablo (1979) *Política educativa y valores nacionales*, Editorial Nueva imagen, México.
- LASH, Scott y John Urry (1998) *Economías de signos y espacio*, Amorrortu, Buenos Aires.
- LEÑERO, Luis (1970) *Población, iglesia y cultura*, Instituto Mexicano de Estudios Sociales, FERES, México.
- LEVINSON, Stephen C. (1989) *Pragmática*, Teide, Barcelona.
- LÉVY, Pierre (2007) *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. Antrhopos y Universidad Autónoma Metropolitana Iztapala, México.
- LINTON, Ralph (1971) *Cultura y personalidad*, Fondo de Cultura Económica, México.
- LYOTARD, Jean-Francois (1987) *La condición postmoderna*, Cátedra, Madrid.
- LOTMAN, Yuri et al. (1979) *Semiótica de la cultura*, Cátedra, Madrid.
- LUSTIG, Nora (compiladora) (1980) *Panorama y perspectivas de la economía mexicana*, El Colegio de México, México.
- MACÍAS, Norma y Diana Cardona (2007) *Comunicometodología*, UIC, México.
- MARC, Edmond y Dominique Picard (1992) *La interacción social*, Paidós, Barcelona.

- MARCUELLO Servós, Chaime (compilador) (2006) *Sociocibernética. Lineamientos de un Paradigma*, Institución Fernando el católico, Zaragoza.
- MARISCAL Orozco, José Luis (compilador) (2009) *Educación y gestión cultural. Experiencias de acciones culturales en prácticas educativas*, UdeG Virtual, Guadalajara.
- MARTÍNEZ del Campo, Manuel (1985) *Industrialización en México*, El Colegio de México, México.
- MASSONI, Sandra (2007) *Estrategias. Los desafíos de la comunicación en un mundo fluido*, Homo Sapiens Ediciones, Rosario.
- MASSONI, Sandra (2011) *Comunicación estratégica. Comunicación para la innovación*, Homo Sapiens Ediciones, Rosario.
- MATTELART, Armand (1974) *La cultura como empresa multinacional*, Galerna, Buenos Aires.
- MATHIAS, Paul (1998) *La ciudad de Internet*, Belaterra, Barcelona.
- MATURANA, R. Humberto (1996) *La realidad: ¿objetiva o construida?*, Anthopos-UIA-ITESO, Barcelona.
- McBRIDE, Sean (editor) (1980) *Un solo mundo, voces múltiples*, Fondo de Cultura Económica, México.
- McDONALD, D. (1969) *La industria de la cultura*, Alberto Corazón, Madrid.
- MOLES, Abraham (1978) *Sociodinámica de la Cultura*, Paidós, Barcelona.
- MORRIS, Charles (1962) *Signos, lenguaje y conducta*, Losada, Buenos Aires.
- MOULIER Boutang, Y. et al. (2004) *Capitalismo cognitivo, propiedad intelectual y creación colectiva*, Traficante de sueños, Madrid.
- NAJMANOVICH, Denise (2005) *El juego de los vínculos*, Biblos, Buenos Aires.
- NAVA García, Francisco (1983) *Bases históricas de la economía mexicana 1910-1982*, Editora latinoamericana, México.
- NAVARRO Cordón, Juan M. (coordinador) (2004) *Perspectivas del pensamiento contemporáneo. (Dos Volúmenes), Corrientes y Ámbitos*, Editorial Síntesis, Madrid.
- NOLASCO, Margarita (1979) *Migración municipal en México (1960-1970)*, SEP-INAH, México.
- ODUM, Eugene P. (1992) *Ecología: bases científicas para un nuevo paradigma*, Ediciones Vedrá, Barcelona.
- PACEY, Arnold (1990) *La cultura de la tecnología*, Fondo de Cultura económica, México.
- PADUA, Jorge y Alain Vanneph (compiladores) (1986) *Poder local, poder regional*, El Colegio de México-CEMCA, México.
- PALMER, Alan (1983) *Diccionario de historia del siglo XX*, Grijalbo, México.
- PARSONS, Talcott (1968) *La estructura de la acción social*, Guadarrama, Madrid.
- PAYNE, Michael (compilador) (2002) *Diccionario de teoría crítica y estudios culturales*, Paidós, Buenos Aires.
- PAZ, Octavio (1983) *El ogro filantrópico*, Seix Barral, Barcelona.
- PÉREZ, Rafael Alberto (2008) *Estrategias de comunicación*, Ariel Comunicación, Madrid.
- PERZÁBAL, Carlos (1979) *Acumulación capitalista dependiente y subordinarla: el caso de México (1940-1978)*, Siglo XXI editores, México.
- RESÉNDIZ Núñez, Daniel (2008) *El rompecabezas de la ingeniería. Por qué y cómo se transforma el mundo*. Fondo de Cultura Económica, México.
- REYNOSO, Carlos (2006) *Complejidad y Caos. Una exploración Antropológica*, Editorial SB, Buenos Aires.

- RIVERA, Leidi, José Manuel Vargas y Rocío Rodríguez (coordinadores) (2009) *Reflexiones desde abajo/sobre la promoción cultural en México II*, Editorial Endora, México.
- ROBERTS, Kevin (2005) *Lovemarks. El futuro de las marcas*, Ediciones Urano, Barcelona.
- ROGERS, Everett M. y F. Floyd Shoemaker (1974) *La comunicación de innovaciones*, Herrero Hermanos, México.
- ROGERS, Everett M. y Rekha Agarwala-Rogers (1980) *La comunicación en las organizaciones*, McGraw-Hill, México.
- RHEINGOLD, Howard (2004) *Multitudes Inteligentes. La próxima revolución social*, Gedisa, Barcelona.
- SÁNCHEZ Vidal, Alipio (1996) *Psicología comunitaria. Bases conceptuales y Métodos de intervención*, EUB, Barcelona.
- SCHILLER, Herbert (1993) *Cultura S.A. La apropiación corporativa de la expresión pública*, UdG, Guadalajara.
- SCHNEIDER, Eric D. y Dorion Sagan (2008) *La Termodinámica de la vida. Física, cosmología, ecología y evolución*, Tusquets, Barcelona.
- SCOLARI, Carlos (2008) *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*, Gedisa, Barcelona.
- SIMMEL, Georg (1986) *Sociología (dos tomos). Estudios sobre las formas de socialización*, Alianza Editorial, Madrid.
- SMITH, Alfred G. (compilador) (1976) *Comunicación y cultura (3 volúmenes)*, Nueva Visión, Buenos Aires.
- SOLANA, Fernando, et al. (1982) *Historia de la educación pública en México*. SEP-80, Fondo de Cultura Económica, México.
- STAVENHAGEN Rodolfo y Margarita Nolasco (coordinadores) (1988) *Política cultural para un país multiétnico*, SEP-EL Colegio de México y Universidad de las Naciones Unidas, México.
- TAPSCOTT, Don y Anthony D. Williams (2007) *Wikinomics. La nueva economía de las multitudes inteligentes*, Paidós, Barcelona.
- TURNER, Frederick (1971) *La dinámica del nacionalismo mexicano*, Editorial Grijalbo, México.
- TONNIES, Ferdinand (1979) *Comunidad y asociación*, Península, Barcelona.
- UNIKEL, Luis (coordinador) (1978) *El desarrollo urbano de México*, El Colegio de México, México.
- URIZ Peman, María Jesús (1993) *Personalidad, socialización y comunicación*, Libertarias-Prodhufi, Madrid.
- VARELA, Francisco (1990) *Conocer*, Gedisa, Barcelona.
- Iberoamericana León, Secretaría de Cultura de la Ciudad de México, México.
- VARGAS Reynoso, José Manuel (coordinador) (2011) *Reflexiones desde abajo/sobre la promoción cultural en México III*, Barra Nacional de Promotores Culturales 3D2 A. C., México.
- VÁZQUEZ de Knauth, Josefina (1975) *Nacionalismo y educación en México*, El Colegio de México, México.
- VILLARREAL, René (1983) *La contrarrevolución monetarista. Teoría, política económica e ideología del Neoliberalismo*, Océano, México.
- VILLASANTE, Tomás R. (2006) *Desbordes creativos. Estilos y estrategias para la*

transformación social, Los libros de la Catarata, Madrid.

VIZCARRA, Fernando y Liliana Paola Ovalle (Compilación) (2011) *Ciberculturas*, Centro de Investigaciones Culturales-Museo, Universidad Autónoma de Baja California, Mexicali.

VON FOERSTER, Heinz (1991) *Las semillas de la cibernética*, Gedisa, Barcelona.

WALLERSTEIN, Immanuel (1987) *El moderno sistema mundial*, Siglo XXI, México.

WATZLAWICK, Paul et al. (1971) *Teoría de la comunicación humana*, Tiempo contemporáneo, Buenos Aires.

WEBER, Max (1984) *Economía y sociedad*, Fondo de Cultura Económica, México.

WHITE, L. A. (1982) *La ciencia de la cultura*, Paidós, Barcelona.

WILLIAMS, Raymond (1982) *Cultura, sociología de la comunicación y el arte*, Paidós, Barcelona.

WOLF, Mauro (1994) *Los efectos sociales de los media*, Paidós, Barcelona.

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

ZALLO, Ramón (1991) *El mercado de la cultura*, Gakoa Liboruaak, Navarra.

ZEPEDA Patterson, Jorge (editor) (1988) *Las sociedades rurales hoy*, El Colegio de Michoacán-CONACYT, Zamora.

¹ Mexicano. Doctor en Ciencias Sociales. Autor de 28 libros y más de trescientos artículos publicados en catorce países de América y Europa. Promotor cultural en diversos proyectos desde 1972. Profesor en Argentina, Brasil, Colombia, Perú, España y México desde 1975. Miembro del Programa de Estudios sobre las Culturas Contemporáneas desde 1985. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores SNI-CONACYT desde 1987, SNI III. Coordinador del Grupo de Acción en Cultura de Investigación (GACI) desde 1994. Promotor de la Red de estudios en teoría de la comunicación (REDECOM) y del Grupo hacia una Comunicología posible (GUCOM) desde el 2003. Miembro de la Red Deporte, Cultura y Sociedad desde 2006. Promotor del Programa hacia una Ingeniería en Comunicación Social desde el 2009. Miembro de la Red Iberoamericana de Gestores Culturales desde el 2010.

arewara@yahoo.com